

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKAT
KANJUMLAH NASABAH PRODUK TABUNGAN IB TASYA
HAJI BAITULLAH DI BPRS SURIYAH CABANG KUDUS**

TUGAS AKHIR

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Madya dalam Ilmu Perbankan Syari'ah



Disusun Oleh:

Maulida Zulfa Rahmannisa

1505015060

**PROGRAM D3 PERBANKAN SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2018**

Dr. H. Muhlis, M. Si.

Perum Mangkang Indah RT. 11/ RW. 02 No. 407

Kelurahan Wonosari Kecamatan Ngaliyan

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Tugas Akhir

A.n. Maulida Zulfa Rahmannisa

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah Tugas Akhir saudara:

Nama : Maulida Zulfa Rahmannisa

NIM : 1505015060

Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Tugas : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah
Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah di BPRS
Suriyah Cabang Kudus

Dengan ini saya mohon sekiranya Tugas Akhir saudara tersebut dapat segera diujikan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang,

Pembimbing



Dr. H. Muhlis, M. Si.

NIP. 19610117 198803 1 002



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp (024) 7608454 Semarang 50185

Website: febi.walisongo.ac.id - Email: febiwalisongo@gmail.com

PENGESAHAN

Nama : Maulida Zulfa Rahmannisa

NIM : 1505015060

Judul : STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN JUMLAH
NASABAH PRODUK TABUNGAN IB TASYA HAJI BAITULLAH
DI BPRS SURIYAH CABANG KUDUS

Telah diujikan oleh Dewan Penguji Program D3 Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Islam Walisongo Semarang dan
dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaude Baik Cukup, pada tanggal

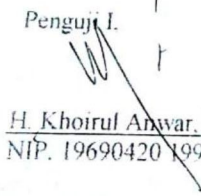
18 Juli 2018

Dapat diterima, sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Tahun
Akademik 2018

Ketua Sidang / Penguji



Dr. H. Musahadi, M. Ag.
NIP. 19690709 199403 1 01

Penguji I.

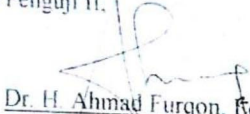

H. Khoirul Anwar, M. Ag.
NIP. 19690420 199603 1 002

Semarang, 23 Juli 2018

Sekretaris Sidang / Penguji

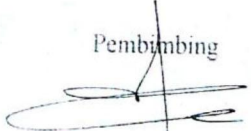

Dr. H. Muhlis, M. Si.
NIP. 19610117 198803 1 002

Penguji II.


Dr. H. Ahmad Furqon, Bc., M. A.
NIP. 19751218 200501 1 002



Pembimbing


Dr. H. Muhlis, M. Si.
NIP. 19610117 198803 1 002

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ

وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah dilakukan, perencanaan untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang telah kamu kerjakan”. (QS. Al-Hasyr: 18)

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT. yang telah memberikan kenikmatan dan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Nabi Muhammad SAW, atas Islam yang beliau bawa, Shalawat dan Salam semoga selalu tercurah dengan kemuliannya yang menjadi inspirasi penulis dalam mengarungi kehidupan.
3. Kepada Bapak dan Ibu, orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat, kasih sayang serta doa yang selalu mereka berikan untuk saya.
4. Kepada kakakku tercinta dan keluarga besarku yang juga selalu memberikan dukungan dan semangat.
5. Terimakasih kepada sahabat-sahabat seperjuangan saya Nur Anifah, Evi Kurniasari, Alin Muslikah, Ulfa Nilasari, Nur Faidhatul Niswah dan Galuh Anjani Putri yang tak henti-hentinya memberikan banyak nasehat dan dukungan serta selalu mendoakan yang terbaik untuk saya.
6. Terimakasih kepada teman-teman PBSB dan seluruh PBS Angkatan 2015 atas semangat dan kebersamaannya yang selalu menjaga kekompakan.
7. Untuk Bapak Muhlis yang dengan tulus ikhlas meluangkan waktunya dan membagikan ilmunya hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini dan tak lupa seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membagikan ilmunya.

8. Seluruh karyawan BPRS Suriyah Cabang Kudus yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak berisi materi yang sudah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikianlah Tugas Akhir ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan

Semarang,

Deklarator



Maulida Zulfa Rahmannisa

NIM. 1505015060

ABSTRAK

Produk tabungan iB tasya haji baitullah merupakan salah satu produk penghimpunan dana. Tabungan iB tasya haji baitullah menggunakan akad mudharabah dan memperoleh bagi hasil. Sedangkan penarikan hanya dapat dilakukan saat menunaikan ibadah haji atau sesuai dengan kesepakatan. Namun semakin berkembangnya sektor perbankan di Indonesia diperlukan adanya pemasaran untuk menghadapi persaingan khususnya pada produk tabungan iB tasya haji baitullah. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa.

Penelitian ini mengangkat suatu rumusan masalah yaitu strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus dan kendala-kendala yang terkait dengan strategi pemasaran produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus.

Adapun metode penelitian yang penulis gunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini yaitu dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Selain itu metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis berupa wawancara, observasi dengan pihak BPRS Suriyah Cabang Kudus serta dokumentasi yang berkaitan dalam penelitian ini dan analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus sebagai berikut menggunakan bauran pemasaran atau *marketing mix* yang terdiri dari 4P, yaitu produk, harga, tempat, promosi dan STP (*segmentation, targeting, positioning*). Kendala yang dihadapi BPRS Suriyah Cabang Kudus yaitu promosi yang dilakukan kurang maksimal dan adanya masyarakat yang kurang mengenal BPRS sehingga menyebabkan masyarakat kurang tertarik menabung di BPRS.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Tabungan iB Tasya Haji Baitullah,
BPRS Suriyah Cabang Kudus

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas nikmat dan karunia yang diberikan Allah SWT. dan tak lupa sholawat dan salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB asya Haji Biatullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus.

Penulis menyadari dalam penulisan Tugas Akhir ini tidak lepas dari arahan, dukungan dan bimbingan dari beberapa pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Johan Arifin, SE, M. Si, selaku Ketua Jurusan Program Studi D3 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. H. Muhlis, M. Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan nasehat kepada penulis.

5. Bapak dan Ibu Dosen Program D3 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis sebagai bekal dalam penulisan Tugas Akhir ini.
6. Kedua Orang Tua dan Kakak tersayang yang senantiasa mendoakan dan memberi semangat hingga Tugas Akhir ini bisa selesai.
7. Seluruh karyawan BPRS Suriyah Cabang Kudus yang telah memberikan arahan sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.
8. Semua teman-teman PBSB angkatan 2015 Program Studi D3 Perbankan Syariah.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna memperbaiki Tugas Akhir ini. Dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Amin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang

Penulis

Maulida Zulfa Rahmannisa

NIM. 1505015060

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI	vii
HALAMAN ABSTRAK	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR	ix
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xi
HALAMAN DAFTAR TABEL	xiv
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xv
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13

E. Tinjauan Pustaka.....	14
F. Metode Penelitian	17
G. Sistematika Penelitian	20

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pemasaran	
1. Definisi Pemasaran	22
2. Tujuan Pemasaran.....	24
3. Konsep Pemasaran.....	25
B. Strategi Pemasaran	
1. Definisi Strategi	31
2. Definisi Strategi Pemasaran.....	34
3. Pemilahan, Penetapan dan Memposisikan Pasar	39
C. Bauran Pemasaran	
1. Definisi Bauran Pemasaran	42
2. Konsep Bauran Pemasaran	43
D. Produk Tabungan IB Tasya Haji Baitullah	
1. Pengertian Tabungan	52
2. Pengertian Tabungan iB Tasya Haji Baitullah.....	54
3. Definisi Haji.....	55

BAB III GAMBARAN UMUM BPRS SYARIAH SURIYAH CABANG KUDUS

A. Sejarah Berdirinya Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Suriyah Cabang Kudus	62
---	----

B. Visi, Misi dan Motto Bank Pembiayaan Rakyat Syaria'ah Suriah Cabang Kudus.....	64
C. Produk-Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syaria'ah Suriah Cabang Kudus.....	65
D. Struktur Organisasi	75
E. Job Description	76

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suriah Cabang Kudus.....	83
B. Kendala-Kendala Yang Terkait Dengan Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suriah Cabang Kudus.....	90

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	96
5.3 Penutup	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Rekening Nasabah BPRS Suriyah Cabang Kudus Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Per Desember	12
Tabel 1.2 Besaran Bonus dan Bagi Hasil Antara Nasabah dan Bank Pada Masing-Masing Produk Penghimpunan Dana Tabungan dan Deposito	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan Organisasi BPRS Suriyah Cabang Kudus	76
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Formulir Penyetoran
Lampiran 2	Slip Penarikan Tabungan
Lampiran 3	Formulir Permohonan Pembukaan Tabungan
Lampiran 4	Ketentuan Pembukaan Tabungan Bank Syariah Suriyah
Lampiran 5	Kartu Pengenal Tanda Tangan
Lampiran 6	Formulir Permohonan Pembukaan Deposito
Lampiran 7	Ketentuan Pembukaan Deposito Mudharabah Bank Syariah Suriyah
Lampiran 8	Lembar Permohonan Pembiayaan
Lampiran 9	Brosur Produk Simpanan
Lampiran 10	Brosur Produk Simpanan Tamansari
Lampiran 11	Brosur Produk Pembiayaan
Lampiran 12	Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada zaman modern sekarang ini peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu saat ini dan di masa yang akan datang setiap negara dan individu kita tidak akan dapat lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan.

Begitu pentingnya dunia perbankan, sehingga ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Anggapan ini tentunya tidak salah, karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan sangatlah vital, misalnya dalam hal penciptaan uang, mengedarkan uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat mengamankan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya. Bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.¹

¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010, Cet.4, h. 8.

Sistem lembaga keuangan di Indonesia dibagi menjadi dua jenis lembaga keuangan yaitu lembaga keuangan bank dan non bank. Lembaga keuangan bank merupakan lembaga yang memberi jasa keuangan yang paling lengkap. Usaha keuangan yang dilakukan disamping menyalurkan dana atau memberikan pembiayaan atau kredit juga melakukan usaha menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan. Kemudian usaha bank lainnya memberikan jasa-jasa keuangan yang mendukung dan memperlancar kegiatan memberikan pinjaman dengan kegiatan menghimpun dana.

Lembaga keuangan bank secara operasional dibina dan diawasi oleh Bank Indonesia sebagai Bank Sentral di Indonesia. Untuk pembinaan dan pengawasan dari sisi pemenuhan prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh Dewan Syariah Nasional MUI. Lembaga keuangan bank terdiri dari Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Sedangkan lembaga keuangan non bank merupakan lembaga keuangan yang lebih banyak jenisnya dari lembaga keuangan bank. Masing-masing lembaga keuangan non bank mempunyai ciri-ciri usahanya sendiri. Lembaga keuangan non bank secara operasional dibina dan diawasi oleh Departemen Keuangan yang dijalankan oleh Bapepam LK. Kemudian pembinaan dan pengawasan dari sisi pemenuhan prinsip-prinsip syariah dilakukan oleh Dewan Syariah Nasional MUI. Lembaga

keuangan non bank terdiri dari pasar modal, perusahaan asuransi, dana pensiun dan lain sebagainya.²

Pada tahun 1992, berdirilah Bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah pertama di Indonesia yang merupakan hasil kerja tim perbankan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Akte pendirian Bank Muamalat Indonesia ditandatangani pada tanggal 1 November 1991. Undang-undang yang mengatur tentang kehadiran bank syariah di Indonesia adalah UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan.

Dalam undang-undang ini belum secara eksplisit mengatur mengenai bank syariah yang tertera adalah diperkenankannya kehadiran bank dengan prinsip bagi hasil. Serta diikuti dengan keluarnya Peraturan Pemerintah (PP) No. 72 Tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Perkembangan bank syariah pasca kehadiran UU No. 7 Tahun 1992 masih sangat lambat, hal ini terlihat dari jumlah bank syariah yang tidak bertambah semenjak kehadiran Bank Muamalat.

Fondasi perekonomian Indonesia yang rapuh, akhirnya menuai hasil dengan melandanya krisis ekonomi pada pertengahan tahun 1997. Namun dibalik krisis ini ada berkah tersendiri bagi kehadiran lembaga keuangan syariah dalam sistem perekonomian Indonesia. Fakta membuktikan bahwa banyak bank konvensional mengalami *negative spread*, ternyata Bank Muamalat Indonesia

² Andri Soemitro, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009, Cet. 1, h. 45-46.

sebagai bank syariah pertama di Indonesia mampu melewati krisis ekonomi dengan baik. Bukti ini memberikan kepercayaan bahwa bank syariah harus diakomodir secara lebih baik dalam sistem perbankan di Indonesia.

Kepercayaan kepada bank syariah pasca krisis tahun 1997, melahirkan UU No. 10 tahun 1998 tentang perbankan. Dalam undang-undang tersebut dinyatakan secara tegas, bahwa Indonesia menganut *dual banking system* dalam sistem perbankan dengan diakui kehadirannya bank dengan prinsip syariah untuk beroperasi baik sebagai Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dari bank konvensional. Pasca lahirnya UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan yang memperkenalkan Indonesia untuk menganut *dual system*, perkembangan perbankan syariah di Indonesia semakin pesat. Hal ini terlihat dari banyaknya bank konvensional yang membuka Unit Usaha Syariah, semakin banyaknya pendirian Bank Umum Syariah maupun Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.³

Menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank umum syariah adalah bank yang berdiri sendiri sesuai dengan akta pendiriannya,

³ M.Nur Rianto, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: Era Adicitra Intermedia, 2011, h. 302-304.

bukan merupakan bagian dari bank konvensional. Sedangkan unit usaha syariah adalah unit kerja dari kantor pusat konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.⁴

Sebagai lembaga intermediasi, bank syariah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana. Masyarakat yang menempatkan dananya dalam bentuk simpanan akan mendapatkan bonus yang besarnya tergantung pada bank syariah. Masyarakat yang menyimpan dananya di bank syariah dengan menggunakan akad kerjasama akan mendapatkan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan yang dilakukan antara bank syariah dan nasabah.

Pada sisi sebaliknya, terdapat masyarakat yang membutuhkan dana untuk mengembangkan usahanya atau untuk memenuhi kebutuhan pribadi, sementara dana yang dimilikinya terbatas. Kebutuhan akan dana ini dapat dipenuhi oleh bank melalui pembiayaan yang diberikan atau melalui penempatan dana dalam bentuk lainnya. Sebagai balas jasa penyaluran dana kepada masyarakat, bank akan menerima imbalan sesuai dengan akadnya.⁵

Munculnya Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia sebagai salah satu bentuk Bank Perkreditan Rakyat yang tidak bisa dilepaskan dari sejarah BPR-BPR pada umumnya. Bank

⁴ Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011, Cet. 1, h. 33.

⁵ Ismail, *Perbankan...*, h. 47.

Perkreditan Rakyat (BPR) yang status hukumnya disahkan dalam paket Kebijakan Keuangan Moneter dan Perbankan melalui PAKTO tanggal 27 Oktober 1988, pada hakikatnya merupakan penjelmaan model baru dari lumbung desa dan Bank desa dengan beraneka ragam namanya yang ada khususnya di Pulau Jawa sejak akhir 1890-an hingga tahun 1967 sejak dikeluarkannya UU Pokok Perbankan, status hukumnya diperjelas dengan izin dari Menteri Keuangan. Dengan adanya keharusan izin tersebut, diikuti dengan upaya-upaya pembenahan terhadap badan-badan kredit desa yang berproses menjadi lembaga keuangan bank.

Namun dalam kenyataannya masyarakat yang pada umumnya beragama Islam belum memanfaatkan BPR-BPR yang ada secara optimal. Mereka masih beranggapan bunga pada BPR-BPR itu diharamkan dalam Islam. Oleh karena itu mereka mendambakan adanya BPR yang tidak menerapkan sistem bunga. Keinginan masyarakat terhadap adanya BPR tanpa bunga tersebut mendapatkan angin segar dengan adanya deregulasi di sektor perbankan sejak 1 Juni 1983.

Peluang beroperasinya BPR tanpa bunga tersebut makin terbuka setelah PAKTO 1988 tanggal 27 Oktober 1988 yang memberikan peluang berdirinya bank-bank baru, termasuk di antaranya bank tanpa bunga. Lahirnya BPRS di Indonesia selain didasari oleh tuntunan bermu'alaham secara Islam yang merupakan keinginan kuat dari sebagian besar umat Islam di Indonesia, juga sebagai langkah aktif dalam rangka restrukturisasi perekonomian

Indonesia yang dituangkan dalam berbagai paket kebijaksanaan keuangan, moneter, perbankan secara umum. Secara khusus adalah mengisi peluang terhadap kebijaksanaan yang membebaskan bank dalam penetapan suku bunga (*rate interest*), yang kemudian dikenal dengan bank tanpa bunga.⁶

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bentuk hukum BPRS adalah perseroan terbatas. BPRS hanya boleh dimiliki oleh kemitraan antara WNI atau badan hukum Indonesia dengan pemerintah daerah.⁷ Pelaksanaan BPR yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah selanjutnya diatur menurut Surat Keputusan Direktur Bank Indonesia No. 32/36/KEP/DIR/1999 tanggal 12 Mei 1999 tentang Bank Perkreditan Rakyat berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini, secara teknis BPR syariah bisa diartikan sebagai lembaga keuangan sebagaimana BPR konvensional, yang operasinya menggunakan prinsip-prinsip syariah. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah perubahan dari Bank Perkreditan Rakyat Syariah. Perubahan ini untuk lebih menegaskan adanya perbedaan antara kredit dan pembiayaan berdasarkan prinsip syariah.⁸

⁶ Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Keuangan Terkait (BMUI & Takaful) Di Indonesia*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 1996, Cet. 1, h. 107-111.

⁷ Soemitro, *Bank...*, h. 62

⁸ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta: Ekonisia, 2003, Cet 1, h. 83.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah memiliki fungsi sebagai pelaksana sebagian fungsi bank umum, dalam tingkat regional dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah. BPRS juga merupakan bank yang khusus melayani masyarakat kecil dalam lingkup kecamatan maupun pedesaan, dengan jenis produk yang ditawarkan relatif sempit jika dibandingkan dengan bank umum. Selain itu juga ada beberapa jenis jasa bank yang tidak boleh diselenggarakan oleh BPRS, seperti pembukaan rekening giro serta ikut dalam kliring.⁹

BPRS Suriyah Cabang Kudus merupakan lembaga keuangan tersebut kegiatannya yaitu menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan akad-akad yang sudah ditentukan. Terdapat bermacam-macam jenis produk di BPRS Suriyah Cabang Kudus, *pertama* produk penghimpunan dana (*funding*) yaitu Tabungan iB Tasya Wadiah (Tabungan iB Tasya Suriyah dan Tabungan iB Tasya Pelajar dan Santri), Tabungan iB Tasya Mudharabah (Tabungan iB Tasya Haji Baitullah dan Tabungan iB Tasya Qurban) dan Deposito iB Desya Mudharabah, *kedua* pada produk pembiayaan (*financing*) yaitu iB Bisya Murabahah, iB Bisya Istishna, iB Bisya Qord, iB Bisya Mudharabah, iB Bisya Musyarakah, iB Bisya Ijarah dan iB Bisya Multijasa.¹⁰

⁹ Soemitro, *Bank...*, h. 46.

¹⁰ Data BPRS Suriyah Cabang Kudus

Dalam pembahasan ini penulis ingin memfokuskan pada produk tabungan iB tasya haji baitullah. Produk tabungan iB tasya haji baitullah merupakan salah satu produk penghimpunan dana yang ditawarkan di BPRS Suriyah Cabang Kudus yang diperuntukkan umat bagi umat Islam yang berkeinginan memenuhi panggilan Allah SWT. Tabungan iB tasya haji baitullah menggunakan akad mudharabah, dimana dalam kerjasama tersebut akan memperoleh bagi hasil sesuai dengan pendapatan bank. Sedangkan penarikan dilakukan saat menunaikan ibadah haji atau sesuai dengan kesepakatan.

Ibadah haji merupakan rukun Islam yang kelima, diwajibkan bagi umat Islam yang mampu untuk mengadakan perjalanan ke Baitullah. Dalam pelaksanaannya kita harus sungguh-sungguh, jangan hanya untuk sekadar menggugurkan kewajiban semata. Pada saat melakukan ibadah haji harus ditanamkan dalam hati bahwa itu karena ingin mendapat kecintaan dan ampunan Allah SWT. Banyaknya kaum muslimin di Negara Indonesia yang ingin memenuhi kewajibannya mengunjungi baitullah setiap tahunnya membuat lembaga keuangan syariah tertarik untuk menyediakan beragam produk dan layanan jasa mengenai pemberangkatan ibadah haji.¹¹

¹¹ H. Edi Mulyono dan H. Harun Abu Rofi'e, *Panduan Praktis dan Terlengkap Ibadah Haji dan Umrah*, Yogyakarta: Safirah, 2013, Cet 1, h. 13.

Namun semakin berkembangnya sektor perbankan di Indonesia diperlukan adanya kegiatan pemasaran untuk menghadapi persaingan yang dari waktu ke waktu semakin meningkat salah satunya di Bank Pembiayaan Rakyat Syaria'ah Suriyah Cabang Kudus khususnya pada produk tabungan iB tasya haji baitullah. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk atau jasa. Pemasaran menjadi semakin penting dengan semakin meningkatnya pengetahuan masyarakat. Dalam melakukan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Dalam jangka pendek biasanya untuk merebut hati konsumen terutama produk yang baru diluncurkan. Sedangkan dalam jangka panjang untuk mempertahankan produk-produk yang sudah ada agar tetap eksis. Hal ini dilakukan agar masyarakat atau nasabah mengetahui dan berminat untuk mengambil manfaat dari produk yang ditawarkan sesuai kebutuhannya.

Kegiatan pemasaran sebelumnya hanya dilakukan oleh perusahaan yang berorientasi *profit* saja, namun dewasa ini kegiatan pemasaran tidak hanya monopoli berorientasi *profit* bahkan usaha sosial pun sudah mulai menggunakan pemasaran dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi *profit*, kegiatan pemasaran sudah merupakan

kebutuhan utama dan sudah termasuk suatu keharusan untuk dijalankan. Tanpa kegiatan pemasaran, kebutuhan dan keinginan pelanggan tidak akan terpenuhi. Karena bagi dunia usaha seperti usaha perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus-menerus melakukan riset pasar. Pemasaran harus dikelola secara profesional sehingga kebutuhan dan keinginan pelanggan akan segera terpenuhi dan terpuaskan.¹²

Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. Dalam strategi pemasaran yang ditetapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar tersebut. Dengan demikian, strategi pemasaran harus dapat memberi gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang akan dilakukan perusahaan dalam menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada beberapa pasar sasaran. Dalam hal ini dibutuhkan dua bagian yang sangat penting dan saling berkaitan, untuk mencapai keberhasilan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, yaitu sasaran pasar yang dituju (target pasar), dan acuan pemasaran yang dijalankan (marketing mix) untuk sasaran pasar tersebut.¹³

¹² Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2004, h. 51-52.

¹³ Assauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013, h. 168.

Tabel 1.1
Jumlah rekening nasabah BPRS Suriyah Cabang
Kudus Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Per
Desember

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2013	4
2	2014	4
3	2015	8
4	2016	11

Sumber: Data jumlah nasabah produk tabungan iB tasya haji baitullah dari tahun ke tahun

Dapat dilihat dari data jumlah rekening nasabah diatas bahwa produk tabungan iB tasya haji baitullah memiliki peminat menabung yang relatif rendah, beberapa kendala mungkin dirasa dalam produk ini dan perlu adanya pembenahan secara menyeluruh, melihat produk ini masih lemah untuk bersaing dengan produk *funding* lainnya dari segi pelayanan maupun kenyamanan. Berdasarkan penjelasan diatas, alasan utama penulis tertarik untuk mengambil judul “**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suriyah Cabang Kudus**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian diatas maka penulis menetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus?
2. Bagaimana kendala-kendala yang terkait dengan strategi pemasaran produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus
- b. Untuk mengetahui kendala-kendala yang terkait dengan strategi pemasaran produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi beberapa aspek, diantaranya:

a. Bagi Penelitian

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan yang lebih luas dan untuk menerapkan ilmu yang didapat di bangku perkuliahan ke dalam kehidupan masyarakat

b. Bagi BPRS Suriyah Cabang Kudus

Dengan adanya penelitian ini untuk memberikan gambaran mengenai strategi pemasaran pada produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan.

c. Bagi Akademisi

Untuk menambah wawasan di bidang Ekonomi Islam dan untuk dapat dipergunakan sebagai informasi bagi peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran pada produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus.

d. Bagi Masyarakat

Diharapkan melalui hasil penelitian ini dapat memberikan informasi akan pentingnya fungsi dan peranan lembaga keuangan syariah.

E. Tinjauan Pustaka

Penulis telah mengadakan penelusuran karya ilmiah. Adapun karya-karya ilmiah yang setingkat dengan masalah tentang Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah CabangKudus, antara lain:

- a. Tugas Akhir yang disusun oleh Nur Fuan Zen dengan NIM 132503157 pada tahun 2016 mahasiswa D3 Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

dengan judul: “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji di BRI Syariah Kantor Cabang Pusat Kudus” dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Strategi pemasaran yang dilakukan Bank BRI Syariah, *pertama*: strategi produk dengan menciptakan branding haji dan umroh supaya mudah diingat serta menggunakan akad wadiah yad dhamanah, *kedua*: strategi harga dengan biaya Rp.50.000.- dalam membuka rekening sehingga tabungan sangat terjangkau, *ketiga*: strategi tempat atau distribusi dengan mendatangi nasabah dalam hal ini pihak bank menerapkan sistem jemput bola, *keempat*: strategi promosi yang dilakukan Bank BRI Syariah dengan dibuatnya program rezeki haji berkah.

- b. Skripsi yang disusun oleh Midawiah dengan NIM 10200108025 pada tahun 2012 mahasiswa S1 Ekonomi Islam Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Alauddin Makassar dengan judul: “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Makassar” dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BNI Syariah khususnya pada produk tabungan haji yaitu dengan memilih merumuskan pasar yang dituju yaitu menggunakan strategi *segmenting*, *targeting* dan *positioning*. Selain itu, dengan mengembangkan *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, distribusi dan

promosi, yang mana dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah.

- c. Tugas Akhir yang disusun oleh Muhammad Nadzif dengan NIM 132503133 pada tahun 2016 mahasiswa D3 Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang dengan judul: "Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Muamalat Haji Dan Umrah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Semarang" dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa:

Strategi pemasaran produk tabungan haji dan umroh di bank muamalat Indonesia kantor cabang semarang yaitu *pertama*: adanya strategi produk yang dilakukan bank muamalat dengan menciptakan branding iB muamalat haji dan umroh supaya mudah diingat dengan menggunakan akad wadiah, *kedua*: adanya strategi harga dengan biaya Rp. 50.000,- dalam membukan rekening sehingga tabungan sangat terjangkau, *ketiga*: adanya strategi tempat atau distribusi dengan mendatangi nasabah dalam hal ini pihak menerapkan sistem jemput bola, *keempat*: adanya strategi promosi dengan diadakannya program rezeki haji berhadiah bagi nasabah tabungan iB muamalat haji dan umroh untuk mendapatkan kesempatan umroh gratis bagi lima pemenang setiap bulannya selama periode juli 2015-2016 Juni dan brosur-brosur atau

iklan-iklan yang menarik, website dan pemberian berbagai souvenir eksklusif serta perlengkapan haji.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif berupa prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati sehingga memberi gambaran jelas mengenai situasi-situasi di lapangan.¹⁴

2. Sumber Data:

- a. Data primer adalah data yang langsung berkaitan dengan objek penelitian.¹⁵ Data ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan pihak-pihak terkait mengenai masalah yang sedang dibahas yaitu strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB tasya haji baitullah. Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan pihak BPRS Suriyah Cabang Kudus yaitu Bapak Didik Hariyanto selaku Funding Officer dan Mbak Meta Yuliatrini selaku Back Office.

¹⁴ Widodo, *Metode Penelitian Populer dan Praktis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017, Cet. 1, h. 67.

¹⁵ Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoretis Dan Praksis*, Yogyakarta: Ar- Ruzz Media, 2016, h. 31.

- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain, baik itu berupa dokumen, buku, jurnal, dengan pokok masalah dalam penyusunan Tugas Akhir ini.¹⁶ Dalam hal ini penulis memanfaatkan file dan brosur yang dikeluarkan BPRS Suriyah Cabang Kudus serta buku-buku yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data-data yang diperoleh oleh peneliti adalah:

a. Wawancara

Merupakan kegiatan tanya jawab untuk memperoleh informasi atau data yang berhubungan dengan penelitian ini. Penulis melakukan wawancara dengan beberapa pegawai, diantaranya Bapak Didik Hariyanto selaku Funding Officer untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB tasya haji baitullah dan kendala-kendala yang terkait dengan strategi pemasaran produk serta beberapa narasumber lainnya seperti back office dan customer service.¹⁷

b. Observasi

Merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap

¹⁶ Prastowo, *Memahami...*, h.113.

¹⁷ Widodo, *Metodologi...*, h. 74.

kegiatan yang sedang berlangsung.¹⁸ Pada saat melakukan observasi, penulis ikut serta berpartisipasi atau mengamati staff marketing dalam memasarkan produk tabungan iB tasya haji baitullah.

c. Dokumentasi

Merupakan kegiatan pegumpulan data yang dilakukan melalui penelusuran dokumen. Teknik ini dilakukan dengan memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto atau benda-benda lainnya yang berkaitan dengan aspek-aspek yang diteliti. Dalam hal ini data-data yang diambil berupa pencatatan, brosur, formulir pembukaan rekening tabungan. Selain meminta dokumen-dokumen langsung dari bank, penulis juga mengambil referensi dari internet. Semua dokumen-dokumen tersebut berfungsi untuk mendukung informasi-informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

d. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah cara-cara yang digunakan untuk menganalisis data penelitian.¹⁹ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif, dimana peneliti menggambarkan tentang kondisi dan situasi di BPRS Suriyah Cabang Kudus. Sedangkan teknik analisis data deskriptif yaitu suatu analisis yang bersifat

¹⁸ Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2017, Cet. 1, h. 217.

¹⁹ Widodo, *Metodologi...*, h. 75.

mendeskripsikan makna data atau fenomena yang dapat ditangkap oleh peneliti, dengan menunjukkan bukti-buktinya.

Dengan metode ini penulis mengungkapkan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Cabang Kudus yang dikaitkan dengan teori-teori umum.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, sistematika penulisan dari tugas akhir (TA)

BAB II LANDASAN TEORI

Padabab ini akan diuraikan tentang pemahaman pemasaran, definisi strategi pemasaran, bauran pemasaran, produk tabungan iB tasya haji baitullah serta definisi haji.

BAB III GAMBARAN UMUM BPRS SURIYAH CABANG KUDUS

Pada bab ini berisi tentang sejarah berdirinya BPRS Suriyah Cabang Kudus, visi, misi dan motto, produk-produk yang ditawarkan BPRS Suriyah Cabang Kudus, struktur organisasi serta job description masing-masing karyawan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah yang diterapkan BPRS Suriyah Cabang Kudus dalam memasarkan produk tabungan iB tasya haji baitullah dan kendala-kendala yang terkait dengan strategi pemasaran produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Cabang Kudus.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat tentang kesimpulan dan saran atas hasil keseluruhan Tugas Akhir.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pemasaran

1. Definisi Pemasaran

Pemasaran merupakan ujung tombak dari perusahaan dalam upaya mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang dan meningkatkan keuntungan. Dalam memberikan definisi pemasaran, para pakar pemasaran mempunyai pendapat dan argumentasi masing-masing walaupun esensinya sama. Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai bagi satu sama lain.²⁰ Sedangkan, William J. Stanton mengartikan pemasaran sebagai suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis dalam merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.²¹

²⁰ Gita Danupranata, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013, h. 39.

²¹ Usai Usmara, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, Yogyakarta: Amara Books, 2008, Cet. 1, h. 7.

Pemasaran adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar. Pentingnya meninjau pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa kepada kelompok pembeli.²²

Dunia pemasaran sering pula diidentikan dengan dunia penuh janji manis namun belum tentu terbukti apakah produknya sesuai dengan apa yang dijanjikan. Inilah yang harus dibuktikan dalam suatu manajemen pemasaran syariah baik pada penjualan produk barang atau jasa. Sebab pemasaran syariah merupakan tingkatan paling tinggi dalam pemasaran, yaitu spiritual marketing dimana etika, nilai-nilai dan norma dijunjung tinggi. Hal-hal inilah yang seringkali dilanggar dalam pemasaran konvensional, sehingga menyebabkan konsumen pada

²² Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset, 2008, h. 5.

akhirnya banyak yang kecewa pada produk atau jasa yang telah dibeli karena berbeda dengan apa yang telah dijanjikan oleh para pemasar.

Adapun hal yang membedakan antara pemasaran bank dengan pemasaran produk lainnya. Perbedaan tersebut terletak pada karakteristik produknya, dimana produk yang dijual oleh bank adalah lebih bersifat jasa dan bukan barang. Sehingga produk yang dijual sedikit abstrak atau tidak dapat dilihat secara nyata namun tetap dapat dirasakan oleh nasabah. Karena perbedaan tersebut strategi pemasaran yang diterapkan harus tepat yaitu strategi pemasaran bagi produk jasa.²³

2. Tujuan Pemasaran

Setiap tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau badan usaha tertentu mengandung suatu maksud dan tujuan tertentu. Penetapan tujuan ini disesuaikan dengan keinginan pihak manajemen perusahaan itu sendiri. Badan usaha dalam menetapkan tujuan yang hendak dicapai dapat dilakukan dengan berbagai pertimbangan matang. Kemudian ditetapkan cara-cara untuk mencapai tujuan tertentu.

²³ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012, h. 5.

Dalam praktiknya tujuan suatu perusahaan dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang. Dalam jangka pendek biasanya hanya bersifat sementara dan juga dilakukan sebagai langkah untuk mencapai tujuan jangka panjang. Demikian pula dalam menjalankan kegiatan pemasaran suatu perusahaan memiliki banyak kepentingan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Secara umum tujuan pemasaran, antara lain:

- a. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan bank secara berulang-ulang.
- b. Memaksimumkan kepuasan pelanggan melalui berbagai pelayanan yang diinginkan nasabah.
- c. Memaksimumkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk bank sehingga nasabah memiliki beragam pilihan pula.
- d. Memaksimumkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.²⁴

3. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah

²⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2004, Cet. 4, h. 57.

perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing, dalam menciptakan, menyerahkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih. Konsep inti dari kegiatan pemasaran adalah sebagai berikut:

1) Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan

Konsep paling dasar yang melandasi pemasaran adalah kebutuhan manusia. Manusia mempunyai banyak kebutuhan yang kompleks. Kebutuhan secara umum terbagi atas kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Semua ini termasuk kebutuhan fisik dasar akan makanan, pakaian, kemandirian, kebutuhan sosial akan rasa memiliki dan kasih sayang dan kebutuhan individual akan pengetahuan dan ekspresikan diri. Semua kebutuhan ini tidak diciptakan oleh pemasar, semuanya merupakan bagian mendasar manusia.

Keinginan adalah bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual. Manusia mempunyai keinginan yang nyaris tanpa batas tetapi sumber daya yang dimilikinya terbatas. Jadi, mereka ingin memilih produk yang memberi nilai dan kepuasan paling tinggi untuk sumber daya yang mereka miliki, manusia menciptakan permintaan akan produk dengan manfaat

yang mampu memberikan kepuasan paling tinggi. Sehingga setiap orang mempunyai keinginan yang dapat berbeda antar individu satu dengan individu lainnya.²⁵

Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli. Keinginan dapat berubah menjadi permintaan apabila disertai dengan daya beli. Konsumen memandang produk sebagai kumpulan manfaat dan memilih produk yang memberikan kumpulan terbaik untuk uang yang mereka keluarkan. Setiap orang dapat memiliki banyak keinginan, namun tidak semua keinginan tersebut menjadi suatu permintaan apabila tidak disertai dengan daya beli atas keinginan tersebut.

2) Produk

Manusia memuaskan kebutuhan dan keinginan dengan produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Istilah produk mencakup barang fisik, jasa, dan berbagai sarana lain yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan harus mampu menciptakan suatu produk yang mampu memenuhi

²⁵ Al Arif, *Dasar-Dasar...*, h. 7.

kebutuhan dan keinginan konsumen serta yang mampu memberikan kepuasan lebih tinggi terhadap konsumen. Produk yang berkualitas tinggi akan mampu memberikan kepuasan lebih tinggi kepada konsumen. Produk yang dijual pada industri perbankan adalah produk yang sifatnya jasa, sehingga pemasar harus mampu melakukan inovasi pemasaran yang cocok untuk pemasaran jasa.²⁶

3) Nilai, Biaya dan Kepuasan

Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan nilai kegunaan. Nilai kegunaan mempunyai dampak langsung pada prestasi produk dan kepuasan pelanggan. Nilai dapat didefinisikan sebagai perbedaan antara nilai yang dinikmati pelanggan karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut. Nilai disini ada yang dapat diartikan sebagai nilai nominal yaitu harga dari produk tersebut. Adapun nilai intrinsik yaitu nilai guna dari produk tersebut, sementara kepuasan pelanggan adalah apa yang didapat oleh konsumen dibandingkan dengan persepsi konsumen atas produk tersebut.

4) Pertukaran, Transaksi dan Hubungan

Pemasaran terjadi ketika orang memutuskan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan lewat

²⁶ Al Arif, *Dasar-Dasar...*, h. 8.

pertukaran. Pertukaran yang merupakan konsep inti dari pemasaran, mencakup perolehan produk yang diinginkan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai gantinya. Sifat pertukaran merupakan sifat *sunatullah* dari manusia, terlihat dari bentuk pertukaran yang dilakukan mulai dari barter sampai pertukaran barang dengan barang hingga pertukaran barang dengan uang dalam transaksi sehari-hari. Pertukaran disini dapat pula bermakna pertukaran manfaat produk yang dimiliki perusahaan kepada konsumen.

5) Pasar

Konsep pertukaran mengarah ke konsep suatu pasar, dimana pasar adalah perangkat pembeli yang aktual dan potensial dari sebuah produk. Ukuran suatu pasar tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, mempunyai sumber daya untuk terlibat dalam pertukaran dan bersedia menawarkan sumber daya. Untuk mencapai pasar sasaran, ada tiga jenis saluran pemasaran yang dapat digunakan, yaitu saluran komunikasi, saluran distribusi dan saluran jasa. Saluran komunikasi digunakan untuk menyerahkan dan menerima pesan dari pembeli sasaran, contohnya surat kabar, radio, reklame. Saluran distribusi digunakan untuk

memamerkan atau menyerahkan produk fisik ataupun jasa kepada pembeli, contohnya distributor, subdistributor, agen. Saluran jasa digunakan untuk melakukan transaksi dengan pembeli potensial, contohnya perbankan, perusahaan angkut, perusahaan asuransi yang memudahkan transaksi.²⁷

6) Pemasaran, Pemasar dan Prospek

Pemasaran berarti mengolah pasar untuk menghasilkan pertukaran dengan tujuan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Dalam situasi biasa pemasaran mencakup melayani pasar pengguna akhir bersama pesaing. Perusahaan dan pesaing mengirimkan produk dan pesan mereka langsung kepada konsumen atau lewat perantara pemasaran kepada pengguna akhir. Sehingga pemasaran titik kuncinya adalah proses pertukaran yang terjadi antara dua pihak atau lebih.

Suatu proses pemasaran tidak dapat berjalan tanpa adanya kehadiran seorang tenaga pemasar. Jika suatu pihak lebih aktif dalam mengusahakan terjadinya pertukaran dibandingkan dengan pihak lain, kita menanamkan pihak pertama sebagai pemasar dan pihak kedua sebagai prospek atau calon pembeli. Pemasar adalah pihak yang memasarkan atau

²⁷ Al Arif, *Dasar-Dasar...*, h. 9.

menawarkan manfaat suatu produk kepada pihak lain yang menjadi pasar sasaran dari produk tersebut. Sementara prospek adalah pihak yang merupakan target pasar potensial dari produk yang ditawarkan oleh pemasar.²⁸

B. Strategi Pemasaran

1. Definisi Strategi

Strategi perusahaan akan menentukan keberhasilan dan hidup matinya perusahaan tersebut. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Sedangkan definisi strategi menurut beberapa ahli adalah:

- a. Kamus Saku Oxford mendefinisikan strategi sebagai seni perang, khususnya perencanaan gerakan pasukan, kapal dan sebagainya, menuju posisi dan sebagainya.
- b. Uswatun Zambroni strategi adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.
- c. M. Ridwan strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen yang memiliki dampak besar pada kinerja keuangan. Kebijakan dan

²⁸ Al Arif, *Dasar-Dasar...*, h. 8-10.

keputusan ini biasanya melibatkan komitmen sumber daya yang penting dan tidak dapat diganti dengan mudah.

- d. Budiman dalam Uswatun Zamroni strategi adalah pola sasaran, maksud atau tujuan dan kebijakan serta rencana-rencana penting untuk mencapai tujuan itu, yang dinyatakan dengan cara seperti menetapkan bisnis yang dianut atau yang akan dianut oleh perusahaan dan menjadi jenis apa perusahaan ini.

Jadi pada dasarnya, perusahaan menetapkan strategi melalui penyelarasan kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada dalam industri.²⁹ Strategi adalah menciptakan suatu posisi yang unik dan bernilai, yang membedakan perusahaan satu dengan lainnya yang melibatkan berbagai aktivitas perusahaan. Jika hanya ada satu posisi ideal, maka tidak perlu ada strategi. Perusahaan-perusahaan pun hanya akan berhadapan dengan satu tuntutan sederhana, yaitu menangkan perlombaan untuk menemukan strategi tersebut dan menguasainya. Setiap ide yang bagus akan segera ditiru maka kinerja akan sangat tergantung pada efektivitas.³⁰

²⁹ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan dalam Era Globalisasi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011, h. 357.

³⁰ Usmara, *Pemikiran ...*, h. 32.

Dalam manajemen strategis yang baru, Mintzberg mengemukakan 5 P yang sama artinya dengan strategi, yaitu perencanaan (*plan*), pola (*patern*), posisi (*position*), perspektif (*perspectif*) dan permainan atau taktik (*play*).

a. Strategi adalah perencanaan (*plan*)

Konsep strategi tidak lepas dari aspek perencanaan, arahan atau acuan gerak langkah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan di masa depan. Akan tetapi, tidak selamanya strategi adalah perencanaan ke masa depan yang belum dilaksanakan. Strategi juga menyangkut segala sesuatu yang telah dilakukan di masa lampau, misalnya pola-pola perilaku bisnis yang telah dilakukan di masa lampau.

b. Strategi adalah pola (*patern*)

Menurut Mintzberg, strategi adalah pola “*strategy is patern*”, yang selanjutnya disebut sebagai “*intended strategy*”, karena belum terlaksana dan berorientasi ke masa depan. Bisa juga disebut sebagai “*realized strategy*”, karena telah dilakukan oleh perusahaan.

c. Strategi adalah posisi (*position*)

Definisi strategi ketiga menurut Mintzberg adalah *strategy is patern*, yaitu menempatkan produk tertentu ke pasar tertentu yang dituju. Strategi sebagai posisi menurut Mintzberg cenderung melihat ke

bawah, yaitu ke suatu titik bidik dimana produk tertentu bertemu dengan pelanggan dan melihat ke luar yaitu meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.

d. Strategi adalah perspektif (*perspektif*)

Definisi strategi yang ke empat adalah perspektif. Jika dalam P kedua dan ketiga cenderung ke bawah dan ke luar, maka sebaliknya dalam perspektif cenderung melihat ke dalam yaitu ke dalam organisasi dan ke atas yaitu melihat *grand vision* dari perusahaan.

e. Strategi adalah permainan (*play*)

Disamping keempat definisi strategi yang saling berlawanan seperti diatas, ada definisi kelima yang lebih independen yaitu *strategy is play*". Menurutny, strategi adalah suatu manuver tertentu untuk memperdaya lawan atau pesaing. Suatu merek misalnya meluncurkan merek kedua agar posisinya tetap kukuh dan tidak tersentuh, karena merek-merek pesaing akan sibuk berperang melawan merek kedua tadi.³¹

2. Definisi Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target

³¹ Suryana, *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2001, h. 129-130.

oleh seseorang pengusaha. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya. Bauran pemasaran ini haruslah diatur sedemikian rupa sehingga akan dapat berfungsi sebagai senjata yang tepat dalam pertandingannya dengan pasar melawan pesaing-pesaingnya. Dengan demikian senjata itu harus disesuaikan dengan keadaan pasar serta kondisi persaingan yang dihadapinya.³² Strategi pemasaran bagi setiap perusahaan dapat berfungsi sebagai berikut:

- a. Sebagai respon organisasi untuk menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan sepanjang siklus iklim.
- b. Sebagai upaya untuk membedakan dirinya dari pesaing dengan menggunakan kekuatan korporat untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang lebih dalam lingkungan tertentu.
- c. Sebagai kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan memberikan kesatuan arah bagi semua mitra internal perusahaan.
- d. Sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi.

³² Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 2014, Cet. 3, h. 163-164.

- e. Sebagai alat fundamental untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan dalam melayani pasar sasaran.

Strategi pemasaran yang efektif memerlukan basis pengetahuan tentang konsumen, untuk itu *marketer* perlu melakukan beberapa hal berikut:

1. Mengoptimalkan riset pemasaran untuk mengetahui keinginan yang paling diinginkan oleh konsumen.
2. Mengoptimalkan riset mengenai manfaat dan harga produk yang diinginkan, gaya (*style*) dan model yang menunjukkan prestise ketika produk diposisikan, respon³³ *customer* terhadap bauran pemasaran dan analisis persepsi dan kepuasan pelanggan ketika telah menggunakan produk.
3. Melakukan penyesuaian bauran pemasaran terhadap keinginan *customer*.

Setiap fungsi manajemen memberikan kontribusi tertentu pada saat penyusunan strategi pada level yang berbeda. Perusahaan memiliki kendali yang terbatas terhadap lingkungan eksternal, sementara pemasaran memiliki kontak paling besar dengan lingkungan eksternal. Oleh karena itu,

³³ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010, Cet. 1, h. 119.

pemasaran harus mampu mencapai kesesuaian perusahaan dengan lingkungannya (saat ini dan yang akan datang) dalam rangka memberi pertimbangan kepada manajemen tentang:

- Bisnis yang dijalankan pada saat ini dan jenis bisnis yang dapat dimasuki di masa mendatang.
- Cara menjalankan pemasaran yang sukses dalam lingkungan yang kompetitif berdasarkan keserasian nilai produk, harga, promosi dan distribusi dalam melayani pasar sasaran.³⁴

Pada prinsipnya ada lima macam strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perbankan, yaitu:

1) Strategi Penetrasi Pasar

Penetrasi pasar atau penerobosan pasar merupakan usaha perusahaan (bank) meningkatkan jumlah nasabah baik secara kuantitas maupun kualitas pada pasar saat ini (lama) melalui promosi dan distribusi secara aktif. Strategi ini cocok untuk pasar yang sedang tumbuh dengan lamban. Perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang mampu menjangkau atau menggairahkan pasar yang sedang tumbuh secara cepat.

³⁴ Hasan, *Marketing...*, h. 120.

2) Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk perbankan merupakan usaha meningkatkan jumlah nasabah dengan cara mengembangkan atau memperkenalkan produk-produk baru perbankan. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk menjadi salah satu kunci utama dalam strategi ini. Perusahaan dalam hal ini pihak bank selalu berusaha melakukan pembaharuan atau pengenalan produk baru kepada nasabah yang dapat membantu memudahkan proses transaksi nasabah. Perusahaan tiada henti terus melakukan eksplorasi terhadap kebutuhan pasar dan berupaya untuk memenuhi kebutuhan pasar tersebut.

3) Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu untuk membawa produk kearah pasar baru dengan membuka atau mendirikan anak-anak cabang baru yang dianggap cukup strategis atau menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam rangka untuk menyerap nasabah baru. Manajemen menggunakan strategi ini apabila pasar sudah padat dan peningkatan bagian pasar sudah sangat besar atau pesaing kuat.

4) Strategi Integrasi

Strategi integrasi merupakan strategi pilihan akhir yang biasanya ditempuh oleh para bank yang

mengalami kesulitan likuiditas sangat parah. Biasanya yang akan dilakukan adalah strategi diversifikasi horizontal, yaitu penggabungan bank-bank (*merger*).

5) Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi baik diversifikasi konsentrasi maupun diversifikasi konglomerat. Diversifikasi konsentrasi yang dimaksud disini adalah bank memfokuskan pada suatu segmen pasar tertentu dengan menawarkan berbagai varian produk perbankan yang dimiliki. Sementara diversifikasi konglomerat adalah perbankan memfokuskan dirinya dalam memberikan berbagai varian produk perbankan kepada kelompok konglomerat (korporat).³⁵

3. Pemilahan, Penetapan dan Memposisikan Pasar

A. *Segmentation* (Pemilahan Pasar)

Kegiatan memilah-milah pasar ini dikenal dengan segmentasi pasar. Segmentasi pasar akan memberikan kemudahan kepada bank untuk menentukan pasar sasaran atau konsumen yang akan dituju. Segmentasi pasar dapat dilakukan berdasarkan geografi, demografi, psikografi atau berdasarkan perilaku.

³⁵ Al Arif, *Dasar-Dasar...*, h. 79-81.

Setelah dilakukan segmentasi pasar maka langkah selanjutnya adalah menetapkan pasar sasaran (*targeting*) dan langkah yang terakhir adalah menetapkan posisi pasar (*positioning*).

Menurut Kotler, segmentasi pasar adalah proses pengelompokan ke dalam kelompok pembeli yang potensial yang memiliki kebutuhan yang sama atau karakteristik yang disukai serta memperlihatkan hubungan pembelian yang sama.³⁶ Segmentasi pasar dibagi berdasarkan karakteristik konsumen, yaitu:

- a. Segmentasi demografi dan sosioekonomi. Segmentasi demografi melibatkan faktor seperti jenis kelamin, usia, ukuran keluarga. Sosioekonomi terdiri dari pendapatan, pendidikan, kelas sosial, agama, kebangsaan.
- b. Segmentasi psikografi, yaitu membagi pasar menjadi suatu kelompok yang berbeda berdasarkan pada karakteristik kelas sosial, gaya hidup dan karakteristik kepribadian.
- c. Segmentasi geografik, yaitu membagi pasar menjadi beberapa unit geografis seperti negara, provinsi, perkotaan, pedesaan atau kompleks perumahan/pemukiman.³⁷

³⁶ Al Arif, *Dasar-Dasar....* h. 83-85.

³⁷ Al Arif, *Dasar-Dasar....* h. 91.

B. *Targetting* (Pasar Sasaran)

Setelah melakukan segmentasi pasar, maka diperoleh beberapa segmen yang diinginkan atau potensial untuk digarap perusahaan. Pertimbangan untuk memilih segmen antara lain berdasarkan besarnya segmen yang akan dipilih, luasnya segmen dan kemampuan perusahaan untuk memasuki segmen tersebut. *Targeting* adalah proses penyeleksian produk baik barang maupun jasa atau pelayanan terbaik sehingga benar-benar berada pada posisi terbaik guna mencapai keberhasilan perusahaan.³⁸

C. *Positioning* (Posisi Pasar)

Positioning adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan sehingga menempati suatu posisi kompetitif yang berarti dan berada dalam benak pelanggan sasaran. *Positioning* merupakan elemen yang sangat utama dalam suatu strategi pemasaran. Penentuan posisi pasar bagi produk ataupun jasa suatu perusahaan sangat penting. Produk dan jasa diposisikan pada posisi yang diinginkan oleh nasabah, sehingga menarik minat nasabah untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. *Positioning* mencakup perancangan penawaran dan citra perusahaan atau bank agar target pasar

³⁸ Al Arif, *Dasar-Dasar....* h. 96.

menanggap perlu posisi perusahaan/bank diantara pesaing.³⁹

C. Bauran Pemasaran

1. Definisi Bauran Pemasaran

Menurut Kotler bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *product, price, place, promotion* yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran. Sedangkan menurut Saladin bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran.⁴⁰

Marketing mix merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini guna mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang demikian ketat saat ini. Kombinasi yang terdapat dalam komponen *marketing mix* harus dilakukan secara terpadu.

Artinya, pelaksanaan dan penerapan komponen ini harus dilakukan dengan memerhatikan

³⁹ Al Arif, *Dasar-Dasar....* h. 100-101.

⁴⁰ Al Arif, *Dasar-Dasar...*, h. 14.

antara satu komponen ini harus dengan komponen lainnya. Karena antara satu komponen dengan komponen lainnya saling berkaitan erat guna mencapai tujuan perusahaan dan tidak efektif jika dijalankan sendiri-sendiri.

Penggunaan bauran pemasaran dalam dunia perbankan dilakukan dengan menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Dalam praktiknya konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Khusus untuk produk yang berbentuk barang jasa diperlakukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang.

2. Konsep Bauran Pemasaran

Menurut Kotler menyebutkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari 4P, yaitu:

a. Produk (*product*)

Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha pada umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Masing-masing produk dapat dikatakan berwujud dan tidak berwujud dengan memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Produk yang berwujud berupa barang yang dapat dilihat, dipegang dan dirasa sekarang sebelum

dibeli. Sedangkan produk yang tidak berwujud berupa jasa dimana tidak dapat dilihat atau dirasa sebelum dibeli. Menurut Philip Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Dalam dunia perbankan produk yang ditawarkan berupa jasa. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan sangat tergantung dari kemampuan bank dan jenis bank itu sendiri, misalnya bank umum lebih lengkap jika dibandingkan dengan bank perkecambahan rakyat (BPR). Semakin lengkap produk yang ditawarkan akan semakin baik, sehingga untuk memperoleh produk bank nasabah cukup mendatangi satu bank saja.⁴¹

Namun setiap produk yang diluncurkan ke pasar tidak selalu mendapat respon yang positif. Bahkan cenderung mengalami kegagalan jauh lebih besar dibandingkan keberhasilannya. Untuk mengantisipasi agar produk yang diluncurkan berhasil sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka peluncuran produk diperlukan strategi-strategi tertentu. Khusus

⁴¹ Kasmir, *Pemasaran...*, h. 122-125.

yang berkaitan dengan produk, strategi ini kita kenal dengan nama strategi produk.

Dalam dunia perbankan strategi produk yang dilakukan adalah mengembangkan suatu produk adalah sebagai berikut:

1) Penentuan logo dan moto

Logo merupakan ciri khas suatu bank. Sedangkan moto merupakan serangkaian kata-kata yang berisikan visi dan misi bank dalam melayani masyarakat. Ada istilah baru melihat logonya saja orang sudah mengenal bank tersebut. Atau dengan membaca moto saja sudah banyak yang mengenalnya. Logo dan moto juga sering disebut ciri produk. Baik logo maupun moto harus dirancang dengan benar. Pertimbangan pembuatan logo dan moto yaitu memiliki arti (dalam arti positif), menarik perhatian dan mudah diingat.

2) Menciptakan merek

Karena jasa memiliki beraneka ragam, maka setiap jasa harus memiliki nama. Tujuannya agar mudah dikenal dan diingat pembeli. Nama ini kita kenal dengan nama merek. Untuk berbagai jenis jasa bank yang ada perlu diberikan merek tertentu. Merek merupakan sesuatu untuk mengenal barang atau jasa yang ditawarkan. Pengertian merek sering

diartikan sebagai nama, istilah, simbol, desain atau kombinasi dari semuanya. Penciptaan merek harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu mudah diingat, terkesan hebat dan modern, memiliki arti serta menarik perhatian.

3) Menciptakan kemasan

Kemasan merupakan pembungkus suatu produk. Dalam dunia perbankan kemasan lebih diartikan kepada pemberian atau jasa kepada para nasabah. Disamping itu juga sebagai pembungkus untuk beberapa jenis jasanya, seperti buku tabungan, cek dan bilyet giro.

4) Keputusan label

Label merupakan sesuatu yang dilengketkan pada produk yang ditawarkan dan merupakan bagian dari kemasan. Di dalam label di jelaskan siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, cara menggunakannya dan lain sebagainya.⁴²

b. Price (*price*)

Penentuan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa perbankan. Salah dalam menentukan harga berakibat

⁴² Kasmir, *Pemasaran...*, h. 127-128.

fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya. Bagi perbankan yang berdasarkan prinsip syariah, harga adalah bagi hasil. Tujuan penentuan harga secara umum adalah sebagai berikut:

1) Untuk bertahan hidup

Artinya dalam kondisi tertentu, terutama dalam kondisi persaingan yang tinggi, bank dapat menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran.

2) Untuk memaksimalkan laba

Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya bisa dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

3) Untuk memperbesar *market share*

Penentuan harga ini dengan harga yang murah sehingga diharapkan jumlah nasabah meningkat dan diharapkan pula nasabah pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.

4) Mutu produk

Tujuan dalam hal mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga ditentukan setinggi mungkin.

5) Karena pesaing

Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.⁴³

c. Tempat (*place*)

Tempat atau lokasi bank adalah tempat dimana diperjualbelikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM).

Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Disamping lokasi yang strategis, hal ini juga mendukung lokasi tersebut adalah *layout* gedung dan *layout* ruangan bank itu sendiri. Penetapan *layout* yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam berhubungan dengan bank. Pada akhirnya, lokasi dan *layout* merupakan dua hal yang tidak terpisahkan dan harus merupakan suatu panduan yang serasi dan sepadan.⁴⁴

⁴³ Kasmir, *Pemasaran...*, h. 135-137.

⁴⁴ Kasmir, *Pemasaran Bank*, h. 145.

d. Promosi (*promotion*)

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan yang lain baik produk, harga dan tempat. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung.

Tanpa promosi jangan berharap nasabah dapat mengenal dan mengetahui bank apalagi produk-produknya. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya. Secara garis besar keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh perbankan adalah sebagai berikut:

1) Periklanan (*advertising*)

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Informasi yang diberikan adalah nama produk, manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing. Tujuan promosi lewat iklan adalah berusaha untuk menarik dan mempengaruhi nasabah lama serta calon nasabahnya.

2) Promosi penjualan (*sales promotion*)

Disamping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan. Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak dilakukan secara berulang serta tidak rutin yang ditujukan untuk mendorong lebih kuat mempercepat respon pasar yang ditargetkan sebagai alat lainnya dengan menggunakan bentuk yang berbeda. Karena waktunya singkat dan agar nasabah tertarik untuk membeli, maka perlu dibuatkan promosi penjualan yang semenarik mungkin. Promosi penjualan dapat

dilakukan melalui pemberian diskon, kontes, kupon atau sampel produk.

3) Publisitas (*publicity*)

Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial dan *sponsorship* kegiatan. Kegiatan publisitas dapat meningkatkan pamor bank di mata para nasabahnya. Tujuan kegiatan ini adalah agar nasabah dapat mengenal bank lebih dekat. Dengan ikut kegiatan tersebut, nasabah akan selalu mengingat bank tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah.⁴⁵

4) Pemasaran langsung (*Direct Marketing*)

Promosi yang keempat adalah pemasaran langsung. Pemasaran langsung adalah menggunakan surat, telepon dan alat kontak non personal lainnya untuk berkomunikasi dengan mendapatkan respon dari pelanggan lainnya untuk berkomunikasi atau mendapatkan respon dari pelanggan ataupun prospek tertentu. Bentuknya antara lain melalui katalog, pos, elektronik dan lain sebagainya.⁴⁶

⁴⁵ Kamir, *Pemasaran...*, h. 155-160.

⁴⁶ Anoraga, *Pengantar...*, h. 194.

D. Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah

1. Pengertian Tabungan

Menurut Undang-undang Perbankan Syariah nomor 21 tahun 2008, tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000, tabungan ada dua jenis, yaitu: *pertama*, tabungan yang tidak dibenarkan secara prinsip syariah yang berupa tabungan dengan berdasarkan bunga. *Kedua*, tabungan yang dibenarkan secara prinsip syariah yakni tabungan yang berdasarkan prinsip *mudharabah* dan *wadi'ah*.

Tabungan adalah bentuk simpanan nasabah yang bersifat likuid, hal ini memberikan arti produk ini dapat diambil sewaktu-waktu apabila nasabah membutuhkan, namun bagi hasil yang ditawarkan kepada nasabah penabung kecil. Akan tetapi jenis penghimpunan dana tabungan merupakan produk penghimpunan yang lebih minimal biaya bagi pihak bank karena bagi hasil yang ditawarkannya pun kecil namun biasanya jumlah nasabah

yang menggunakan tabungan lebih banyak daripada produk penghimpunan yang lain.⁴⁷

Adapun yang dimaksud dengan tabungan syariah adalah tabungan yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Sedangkan tabungan berdasarkan prinsip syariah ada 2 jenis yaitu tabungan wadiah dan tabungan mudharabah. Tabungan wadiah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya. Bank dimungkinkan memberikan bonus kepada pemilik harta sebagai sebuah insentif selama tidak diperjanjikan dalam akad pembukaan rekening.

Sedangkan tabungan mudharabah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad mudharabah, yakni dimana dalam hal ini, bank syariah bertindak sebagai *mudharib* (pengelola dana) dan nasabah sebagai *shahibul maal* (pemilik dana). Pembagian keuntungan dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam bentuk akad pembukaan rekening.⁴⁸

➤ Syarat-syarat penyelenggaraan tabungan adalah sebagai berikut:

⁴⁷ Rianto, *Dasar-Dasar...*, h. 327-328.

⁴⁸ Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, Cet. 8, h. 345-349.

- a. Bank hanya dapat menyelenggarakan tabungan dalam bentuk rupiah.
- b. Ketentuan mengenai penyelenggaraan tabungan ditetapkan oleh masing-masing.
- c. Penarikan tabungan tidak dapat menggunakan cek, bilyet giro serta surat perintah bayar lainnya yang sejenis.
- d. Penarikan hanya dapat dilakukan dengan mendatangi bank atau alat yang disediakan untuk keperluan tersebut, misalnya *Automatic Teller Machine* (ATM).⁴⁹

Syarat-syarat penarikan tertentu maksudnya adalah dengan perjanjian atau kesepakatan yang telah dibuat antara bank dengan si penabung. Misalnya dalam hal frekuensi penarikan, apakah dua kali seminggu, setiap hari atau mungkin setiap saat. Yang jelas haruslah sesuai dengan perjanjian antara keduanya.⁵⁰

2. Pengertian Tabungan iB Tasya Haji Baitullah

Tabungan iB tasya haji baitullah merupakan produk penghimpunan dana di BPRS Suriyah Cabang Kudus dimana tabungan ini diperuntukkan bagi umat Islam yang

⁴⁹ Taswan, *Manajemen Perbankan: Konsep Teknik & Aplikasi*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2006, Cet. 1, h. 36.

⁵⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2015, Cet. 13, h. 64.

mempunyai keinginan memenuhi panggilan Allah SWT. dengan setoran awal Rp.100.000,- dan setoran berikutnya Rp. 50.000,-.

Pada produk tabungan iB tasya haji baitullah menggunakan akad mudharabah, yaitu simpanan dana bank yang diambil kemanfaatannya untuk dikelola oleh pihak Bank dimana nasabah akan memperoleh bagi hasil sesuai kesepakatan dengan pendapatan Bank. Penarikan hanya bisa diambil sesuai dengan kesepakatan.

Mekanisme pembukaan rekening tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus yaitu mengisi formulir pembukaan rekening dengan menyertakan syarat-syarat yang telah ditentukan oleh pihak bank. Kemudian nasabah menyetorkan dana sebesar Rp.100.000,- untuk keperluan pembukaan rekening. Jika nasabah yang telah terdaftar haji namun meninggal dunia, maka akan dialihkan kepada ahli waris yang sudah ditulis pada waktu pengisian formulir atau sesuai dengan kesepakatan pihak bank.⁵¹

3. Definisi Haji

Haji secara bahasa, dapat diartikan mengunjungi, menuju dan ziarah. Sedangkan secara istilah *syara'*, haji

⁵¹ Wawancara dengan Back Office Mbak Meta Yuliatrri Pada Tanggal 3 April 2018

adalah berkunjung ke Baitullah (Ka'bah) dan tempat lainnya (*Mas'a*, Arafah, Muzdalifah dan Mina) dalam waktu tertentu untuk mengerjakan amalan-amalan seperti thawaf, sa'i, wukuf di Arafah dan beberapa amalan lainnya. Waktu melaksanakan haji yaitu pada bulan-bulan haji di mulai dari bulan Syawal sampai 10 hari pertama bulan Dzulhijjah.⁵² Berikut dalil-dalil mengenai haji:

Haji merupakan salah satu rukun dan bangunan Islam yang kokoh. Allah berfirman:

وَلِلّٰهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ اِلَيْهِ سَبِيْلًا ۚ

وَمَنْ كَفَرَ فَاِنَّ اللّٰهَ عَزِيْزٌ عَلٰى الْعٰلَمِيْنَ

Artinya: “Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, yaitu (bagi orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), maka sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.” (Q.S. Al-Imran: 97)

Dalam hadits yang diriwayatkan oleh Tirmidzi dan para imam yang lain dari Ali Bin Abi Thalib ra. bahwa Rasulullah bersabda:

مَنْ مَلَكَ رَاْدًا وَرَاحِلَةً تَبْلُغُهُ اِلَى بَيْتِ اللّٰهِ وَمَ يَحْجُّ

فَلَا عَلَيْهِ اَنْ يَمُوْتَ يَهُودِيًّا اَوْ نَصْرَانِيًّا

⁵² Mulyono dan Rofi'ie, *Panduan...*, h. 15.

Artinya: “Barangsiapa yang memiliki bekal dan kendaraan yang bisa membawanya ke Baitullah, tapi ia tidak melaksanakan haji, maka hendaknya ia mati dalam keadaan Yahudi atau Nasrani. (HR. Tirmidzi)⁵³

Dalam haji adapun hal-hal yang harus dipenuhi saat melaksanakan ibadah haji, antara lain:

a. Syarat-Syarat Ibadah Haji

Syarat dalam ibadah haji merupakan sesuatu yang apabila seseorang telah dapat memenuhi atau memiliki sesuatu tersebut, maka wajiblah baginya untuk melakukan haji. Syarat-syarat ibadah haji tersebut, meliputi:

1. Beragama Islam

Artinya, seseorang yang beragama Islam dan telah memenuhi syarat wajib haji yang lainnya serta belum pernah melaksanakan haji, maka ia terkena wajib haji. Untuk itu ia harus menunaikan ibadah haji. Dari sini, dapat dipahami bahwa jika ada seseorang yang telah memenuhi syarat-syarat wajib haji tetapi ia bukan orang Islam, maka tidaklah wajib untuk menunaikan ibadah haji. Namun jika ia Islam dan telah memenuhi persyaratan wajib haji yang

⁵³ Saleh Al-Fauzan, *Fiqih Sehari-Hari*, Jakarta: Gema Insani Press, 2005, Cet. 1, h. 307-308.

lainnya dan sudah pernah melaksanakan haji, maka hukumnya tidak lagi wajib melainkan sunnah.

2. Baligh (Dewasa)

Jika ada seorang muslim yang melakukan ibadah haji namun belum baligh, maka hajinya tetap sah. Hanya saja, ketika ia dewasa maka haji masih tetap menjadi kewajiban baginya jika syarat lainnya terpenuhi. Artinya, ibadah haji yang dilakukan sebelum baligh tidak menggurkan kewajibannya untuk menunaikan ibadah haji saat ia dewasa nanti.

3. Berakal

Artinya, meskipun seseorang telah mencapai usia baligh dan mampu secara materi untuk melaksanakan ibadah, tetapi ia memiliki masalah batin dan akalnya, maka kewajiban orang ini sudah sirna darinya. Karena, sudah pasti orang yang mengalami gangguan jiwa akan susah bahkan tidak bisa sama sekali untuk melaksanakan rukun kewajiban haji.

4. Merdeka

Merdeka dalam pandangan Islam adalah memiliki kuasa atas dirinya sendiri, tidak berada dibawah kekuasaan seseorang (tuan), seperti budak dan hamba sahaya. Bagi orang yang tidak merdeka tetapi ia memiliki kesempatan untuk menunaikan

ibadah haji, maka hukum hajinya sama dengan anak yang belum baligh yaitu sah tetapi harus mengulangi kembali ketika ia sudah merdeka dan mencukupi syarat untuk melaksanakannya.

5. Mampu

Artinya, jika empat syarat diatas telah terpenuhi, tetapi ia belum mampu maka menunaikan ibadah haji tidak wajib baginya. Menjalankan ibadah haji memang memerlukan persiapan-persiapan yang harus dipenuhi, seperti bekal, transport, sehat jasmani dan rohani. Tetapi toleransi dalam agama Islam sangat jelas adanya dengan kemajemukan umat Islam, Allah memberi toleransi sangat besar kepada umat-Nya dalam menjalankan ibadah haji.⁵⁴

b. Rukun-Rukun Ibadah Haji

Rukun merupakan semua pekerjaan yang harus dilakukan, sah haji tergantung kepadanya dan tidak dapat diganti dengan dam (denda). Jadi apabila rukun haji ditinggalkan maka hajinya tidak sah.

Berikut rukun-rukun haji, diantaranya:

1. Ihram, yaitu mengenakan pakaian ihram dengan niat untuk haji di Miqat Makani.
2. Wukuf di Arafah, yaitu berdiam diri, dzikir dan berdoa di Arafah pada tanggal 9 Dzulhijah.

⁵⁴ Mulyono dan Rofi'ie, *Panduan...*, h. 27-31.

3. Thawaf di Baitullah, yaitu mengelilingi Kakbah sebanyak 7 kali, dilakukan sesudah melontar jumrah Aqabah pada tanggal 10 Dzhuhijah.
 4. Sa'i, yaitu berjalan atau berlalri-lari kecil antara Shafa dan Marwah sebanyak 7 kali, dilakukan sesudah Thawaf Ifadah.
 5. Tahalul, yaitu bercukur atau menggunting rambut sesudah selesai melaksanakan sa'i.
 6. Tertib, yaitu mengerjakannya sesuai dengan urutannya serta tidak ada yang tertinggal.
- c. Kewajiban Ibadah Haji

Wajib adalah semua pekerjaan yang harus dilakukan, apabila ditinggalkan maka harus membayar dam atau denda. Wajib haji ada 7, yaitu:

1. Ihram dari Miqat, niat Ihram untuk haji dari Miqat Makani, dilakukan setelah berpakaian Ihram.
2. Wukuf di Arafah.
3. Bermalam atau Mabit di Muzdalifah pada tanggal 9 Dzhulhijah (dalam perjalanan dari Arafah ke Mina).
4. Bermalam atau Mabit di Mina pada hari *Tasyrik* (tanggal 11, 12 dan 13 Dzhulhijah).
5. Tahalul, mencukur atau memotong rambut (mencukur lebih afdal).

6. Melempar jumrah (jumrah Aqabah tanggal 10 Dzulhijah, jumrah Ula, Wustha dan Aqabah pada hari *Tasyrik* (11, 12 dan 13 Dzulhijah).
7. Thawaf Wada, yaitu melakukan Thawaf perpisahan sebelum meninggalkan kota Makkah.⁵⁵

d. *Dam* Dalam Ibadah Haji

Dam atau *fidyah* merupakan sanksi atau denda bagi para jamaah haji dikarenakan mereka telah meninggalkan salah satu kewajiban dalam haji dan melakukan salah satu yang diharamkan ketika berihram. Barang (benda) yang digunakan sebagai sanksi atau denda disebut *hadyu*. *Hadyu* adalah hewan ternak yang disembelih untuk diberikan (dihadiahkan) kepada penduduk yang berdomisili di Makkah (tanah haram), dengan maksud ingin lebih mendekatkan diri kepada Allah Swt.⁵⁶

⁵⁵ Umi Aqilla, *Panduan Praktis Haji dan Umrah*, Jakarta: Al- Maghfirah, 2013, Cet. 1, h. 7-8.

⁵⁶ Mulyono dan Rofi'ie, *Panduan...*, h. 98.

BAB III

GAMBARAN UMUM BPRS SURIYAH CABANG KUDUS

A. Sejarah Berdirinya Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Suriah Cabang Kudus

Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah sebelum Undang-Undang perbankan syari'ah dikenal dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) juga merupakan lembaga intermediasi keuangan, tetapi tidak diperbolehkan melakukan kegiatan usaha dalam lalu lintas pembayaran.

Bank Syari'ah Suriah atau disebut dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah "Suriah" didirikan di Cilacap sebuah kota Kabupaten di barat daya provinsi Jawa Tengah yang menjadi tempat Kantor Pusat. Didirikan dengan Akta No. 3 Notaris Naimah, SH pada tanggal 6 Januari 2005 dan telah disahkan oleh Departemen Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor: C-02469 HT.01.01 Tahun 2005 tertanggal 31 Januari 2005. BPRS Suriah masuk dalam Berita Negara Nomor 8311. BPRS Suriah beberapa kali mengalami perubahan anggaran dasar yang terakhir Akta Notaris No.14 tanggal 12 Juni 2012 yang dibuat dihadapan Notaris Sumardi, SH Notaris di Cilacap dan telah diterima oleh Kementrian

Hukum dan HAM Republik Indonesia dengan Surat Nomor AHU-AH 01.10-23812 tanggal 29 Juni 2012.

Bank Syari'ah Suriyah mulai beroperasi menjalankan kegiatan usaha dibidang perbankan syari'ah tanggal 1 April 2005 setelah mendapat Salinan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.7/14/KEP.GBI/2005 tanggal 21 Maret 2005. Setelah beroperasi selama kurang lebih 1 tahun, per Desember 2017 asset BPRS Suriyah telah mencapai Rp. 160 Milyar. Peningkatan asset ini dikarenakan pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (simpanan) cukup besar dan didukung jaringan kantor yang banyak.

Selain kantor pusat, saat ini BPRS Suriyah memiliki kantor 6 kas dan 5 kantor cabang meliputi: Kantor Kas di Pasar Kroya, Payment Point di RSI Fatimah, Kantor Kas di Sidareja, Kantor Kas Majenang serta pada tanggal 16 Oktober 2010 telah membuka Kantor Cabang baru di Semarang yaitu di Jl. Indraprasta No. 39 Semarang dan Kantor Kas Semarang Timur di Jl. Supriyadi Semarang. Pada tanggal 24 Juni 2013 dibuka Kantor Cabang Baru di Kudus yang beralamatkan di ruko kereta api (KAI) blok A No. 1 Jl. Ahmad Yani Kudus. Pada tahun 2015 tepatnya tanggal 12 januari 2015 BPRS Suriyah membuka Cabang di Slawi yang beralamatkan di Jl. Ahmad Yani No. 53 Slawi. Kemudian pada tanggal 16 Januari 2016 Alhamdulillah BPRS Suriyah kembali membuka Cabang di

Pekalongan yang beralamatkan di Jl. Raya Sapungarut No. 138 Bauran Pekalongan. Selanjutnya Insyaallah BPRS Suriyah sedang dalam proses pembukaan Kantor Cabang baru di Salatiga.

B. Visi, Misi, Dan Motto Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Suriyah Cabang Kudus

a. Visi dari BPRS Suriyah Cabang Kudus

Menjadi BPRS yang kompetitif, efisien dan memenuhi prinsip kehati-hatian sehingga mampu mendukung sektor riil secara nyata melalui kegiatan pembiayaan berbasis bagi hasil dan transaksi riil dalam rangka keadilan, tolong menolong menuju kebaikan dan kemaslahatan ummat dan memperluas jaringan pelayanan serta pembinaan Sumber Daya Insani (SDI) yang profesional dan berintegrasi.

b. Misi dari BPRS Suriyah Cabang Kudus

- 1) Ikut membangun ekonomi ummat.
- 2) Menyediakan produk-produk perbankan syari'ah yang mampu mendorong masyarakat untuk menjalankan bisnis secara produktif, efisien dan akuntabel.
- 3) Pertumbuhan bank secara optimal.
- 4) Memelihara hubungan kerja yang baik.

c. Motto dari BPRS Suriyah Cabang Kudus

“MAJU BERSAMA DALAM USAHA SESUAI SYARI’AH”⁵⁷

C. Produk-Produk Bank Pembiayaan Rakyat Syari’ah Suriyah Cabang Kudus

Ada beberapa produk penghimpunan dana BPRS Suriyah Cabang Kudus, antara lain:

a. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

1) Tabungan iB Tasya Wadiah

Adalah simpanan titipan nasabah yang harus dijaga oleh Bank dan dapat diambil sewaktu-waktu oleh nasabah.⁵⁸

➤ Syarat dan kelengkapan dokumen:

1. Mengisi formulir pembukaan rekening.
2. Menyerahkan fotocopy KTP.
3. Tabungan hanya dilakukan dalam rupiah.
4. Penabung adalah nasabah perorangan, badan usaha.
5. Dikenakan pajak penghasilan atas bonus yang mencapai saldo setara atau lebih dari Rp. 7.500.000,-.

⁵⁷ Data BPRS Suriyah Cabang Kudus

⁵⁸ Brosur Produk Simpanan BPRS Suriyah Cabang Kudus

6. Media penarikan dana dengan slip penarikan tabungan.
7. Nasabah mendapatkan buku tabungan dari bank yang telah ditandatangani oleh nasabah (specimen) dan telah dicatat oleh registrasi tabungan.

➤Keuntungan bagi nasabah

1. Nasabah mendapat bonus sesuai dengan kebijakan manajemen bank.
2. Dapat digunakan sebagai jaminan dan referensi bank.
3. Jika penarikan dikuasakan, harus dilampiri surat kuasa bermaterai cukup.
4. Nasabah menerima buku tabungan sebagai bukti tabungan.⁵⁹

Tabungan iB Tasya Wadiah dibagi dalam beberapa jenis, yaitu:

a) Tabungan iB Tasya Suriyah

Adalah tabungan yang diperuntukkan bagi perorangan atau individu maupun perusahaan dimana penyetoran dan penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu. Tabungan dengan setoran awal minimal Rp. 20.000,- dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp. 10.000,- dengan

⁵⁹ [Http://www.banksyariahku.com/product/produk-simpanan/tabungan-wadiah.html](http://www.banksyariahku.com/product/produk-simpanan/tabungan-wadiah.html), diakses tanggal 28 Februari 2018 Jam 22.38 WIB.

biaya administrasi sebesar Rp. 1.000,- dan mendapatkan bonus tabungan tiap bulan.

b) Tabungan iB Tasya Pelajar dan Santri

Adalah tabungan yang khusus ditawarkan kepada para pelajar dan santri sehingga diharapkan mereka dapat secara cermat mengatur keuangannya sejak dini dengan setoran awal Rp. 10.000,- dan setoran berikutnya sebesar Rp. 5.000,- dengan biaya administrasi Rp. 1.000,- serta mendapatkan bonus tabungan tiap bulan.

2) Tabungan iB Tasya Mudharabah

Adalah simpanan dana nasabah yang diambil kemanfaatannya untuk dikelola oleh pihak bank dimana nasabah akan memperoleh bagi hasil sesuai dengan pendapatan bank. Penarikan hanya bisa diambil sesuai dengan kesepakatan. Tabungan iB Tasya Mudharabah dibagi dalam beberapa jenis, yaitu:

a) Tabungan iB Tasya Haji Baitullah

Adalah tabungan yang diperuntukkan bagi umat Islam yang mempunyai keinginan memenuhi panggilan Allah SWT dengan setoran awal Rp. 100.000,- dan setoran berikutnya Rp. 50.000,-.

b) Tabungan iB Tasya Qurban

Adalah yang diperuntukkan bagi umat Islam yang mempunyai ketetapan hati untuk berbagi dengan

sesamanya melalui ibadah qurban. Setoran awal sebesar Rp. 25.000,- dan setoran berikutnya sebesar Rp. 10.000,-. Bebas biaya administrasi.

c) Tabungan iB Masa Depan Syariah Suriyah (Tamansari)

Adalah tabungan investasi menggunakan akad mudharabah mutlaqah dengan jumlah setoran telah ditentukan (tetap) dan rutin dengan periode tertentu (bulanan, triwulan). Penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat dan waktu tertentu sesuai kesepakatan (minimal 3 tahun).

3) Deposito iB Desya Mudharabah

Adalah deposito mudharabah dengan prinsip mudharabah mutlaqah memberikan keuntungan bagi hasil kompetitif yang diberikan setiap bulannya, dapat diperpanjang secara otomatis (ARO) dengan jangka waktu 1, 3, 6, 12 bulan. Jumlah nominal untuk perorangan minimal Rp. 500.000,- dan untuk perusahaan atau organisasi minimal Rp. 1.000.000,-.⁶⁰

➤ Adapun persyaratan pembukaan Tabungan dan Deposito sebagai berikut:

a) Perorangan

- Identitas diri (KTP/SIM/Passport)

⁶⁰ Brosur Produk Simpanan BPRS Suriyah Cabang Kudus

b) Perusahaan

- Akte Perusahaan dan Perubahannya
 - SIUP, NPWP, TDP
 - Surat Keputusan Menteri Kehakiman
 - Surat domisili perusahaan
 - Identitas Pengurus atau Pemegang Saham
- Berikut adalah besaran bonus dan bagi hasil antara nasabah dan bank pada masing-masing produk pengimpunan dana tabungan dan deposito:

Tabel 1.2

Periode Januari 2018		
Produk	Nisbah	
	Nasabah	Bank
Tabungan		

Tabungan Suriyah	Bonus	
Tabungan Haji atau Qurban	30	70
Tabungan Tamansari	50	50
Deposito Perorangan		
1 Bulan	45	55

3 Bulan	50	50
6 Bulan	55	45
12 Bulan	57,5	42,5
Deposito Perusahaan atau Organisasi		
1 Bulan	45	55

2 Bulan	50	50
3 Bulan	57,5	42,5

Sumber: Data bonus dan bagi hasil
produk tabungan dan deposito

b. Produk Pembiayaan (*Lending*)

BPRS Suriyah Cabang Kudus juga menawarkan pembiayaan untuk kebutuhan modal kerja (usaha), kebutuhan konsumtif (rumah, mobil dan motor) serta untuk biaya pendidikan, biaya rumah sakit dan kebutuhan lainnya.

Berikut beberapa produk pembiayaan BPRS Suriyah Cabang Kudus, antara lain:⁶¹

1) iB Bisya Murabahah

Adalah prinsip pembiayaan dengan sistem jual beli barang dengan margin atau keuntungan yang telah disepakati dengan pembayaran tangguh atau angsur.

2) iB Bisya Istishna'

Adalah prinsip pembiayaan dengan sistem jual beli barang berdasarkan pesanan dengan margin atau keuntungan yang telah disepakati dengan pembayaran tangguh atau angsur.

3) iB Bisya Qord

Adalah prinsip pembiayaan atas asas saling menolong dalam kebaikan, dengan pengembalian pinjaman sesuai pokok pinjaman.

4) iB Bisya Mudharabah

Adalah prinsip pembiayaan usaha dengan sistem bagi hasil atas pendapatan atau keuntungan yang diperoleh dari usaha bersama dengan bank sebagai shahibul maal atau pemilik modal. Pembagian keuntungan dengan nisbah yang telah disepakati.

5) iB Bisya Musyarakah

Adalah prinsip pembiayaan usaha dengan sistem bagi hasil atas pendapatan atau keuntungan yang

⁶¹ Brosur Produk Pembiayaan BPRS Suriyah Cabang Kudus

diperoleh dari usaha bersama dengan sharing dana modal (kemitraan) antara nasabah dengan bank. Pembagian keuntungan (bagi hasil) sesuai dengan porsi modal dan nisbah yang telah disepakati.

6) iB Bisya Ijarah

Adalah prinsip pembiayaan berdasarkan sistem sewa dengan pembiayaan sewa secara berkala.

7) iB Bisya Multijasa

Adalah prinsip pembiayaan berdasarkan atas manfaat yang diperoleh dengan pembayaran sewa secara berkala.⁶²

➤ Adapun persyaratan pengajuan pembiayaan, antara lain:

a) Perorangan

- Fotocopy KTP Suami Istri (jika sudah menikah)
- Fotocopy Surat Nikah (jika sudah menikah)
- Fotocopy Kartu Keluarga
- Slip Gaji 3 Bulan Terakhir (untuk pegawai)
- Fotocopy NPWP (jika ada)
- Fotocopy Bukti Kepemilikan Agunan (SHM atau BPKP)

b) Perusahaan

- Akte Perusahaan Dan Perubahannya

⁶² Brosur Produk Pembiayaan BPRS Suriyah Cabang Kudus

- SIUP, NPWP, TDP
- Surat Keputusan Menteri Kehakiman
- Surat Domisili Perusahaan
- Identitas Pengurus atau Pemegang Saham
- AD/ART
- Rekening Koran 6 Bulan Terakhir
- Laporan Keuangan⁶³

D. Struktur Organisasi Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Suriyah

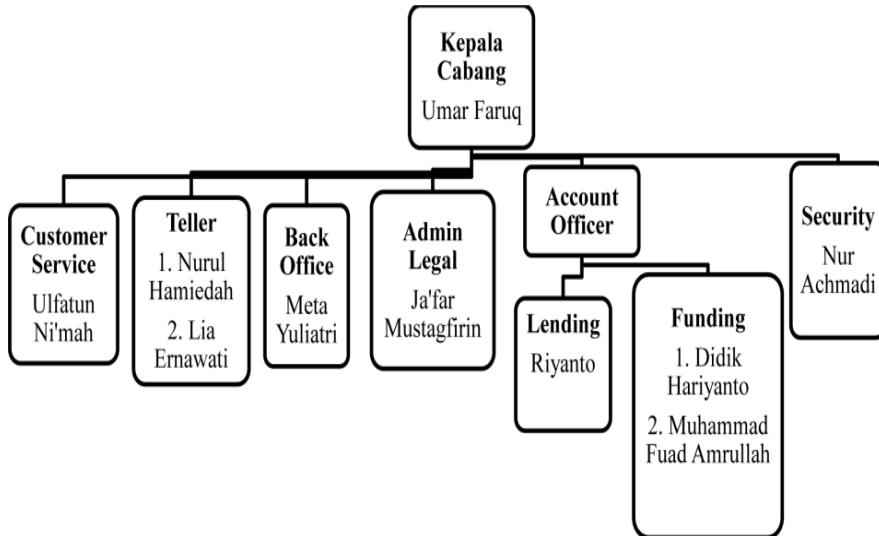
KC Kudus

Kepala Cabang	: Umar Faruq
Back Office	: Meta Yuliatr
Account Officer	: Riyanto
Admin Legal	: Ja'far Mustagfirin
Customer Service	: Ulfatun Ni'mah
Teller	: Nurul Hamiedah
	: Lia Ernawati
Funding Officer	: Didik Hariyanto
	: Muhammad Fuad Amrullah
Security	: Nur Achmadi

⁶³ Data BPRS Suriyah Cabang Kudus

Gambar 1

Bagan Organisasi BPRS Suriyah Cabang Kudus



Sumber: Data struktur organisasi BPRS Suriyah Cabang
Kudus

E. Job Description

Tugas-Tugas BPRS Suriyah Kantor Cabang Kudus

1. Kepala Cabang

Fungsi utama dari Kepala Cabang adalah bertanggung jawab atas semua sistem operasional baik dari pendanaan maupun pembiayaan di BPRS Suriyah Kantor Cabang Kudus.

Tugas-tugas:

- 1) Mewakili Direksi dan atas nama perseorangan mengikat perseroan dengan pihak lain dengan perseroan sebatas lingkup kerja Kantor Cabang Kudus.
- 2) Bertanggung jawab atas operasional kantor cabang dan yang berhubungan dengan pihak intern dan ekstern perusahaan.
- 3) Merumuskan dan mengusulkan kebijakan umum kantor untuk program tahunan.
- 4) Menyusun dan mengusulkan rencana anggaran cabang dan rencana kerja tahunan yang disetujui oleh Direksi.
- 5) Mengajukan neraca dan laporan laba atau rugi tahunan serta laporan-laporan berkala lainnya kepada Direksi untuk mengetahui perkembangan kantor cabang.
- 6) Memberi persetujuan atas penggunaan formulir-formulir dan dokumen-dokumen lainnya dalam transaksi kantor cabang.
- 7) Menyetujui dan memutuskan pembiayaan yang diberikan atas maksimum dan selebihnya atas persetujuan Direksi dan Komisaris.
- 8) Menyetujui pengeluaran biaya rutin maksimum dan selebihnya atas persetujuan Direksi.
- 9) Pemberian inventaris dan perlengkapan kantor cabang atas persetujuan Direksi.

2. Account Officer

Fungsi utama jabatan dari Account Officer adalah menangani dan mengelola proses pemasaran dan pembiayaan mulai dari proses sosialisasi, permohonan, analisis pembiayaan, pengikatan, pencairan, pengawasan serta penyelesaian pelunasan nasabah.

Tugas-tugas:

- 1) Bertanggung jawab dalam upaya menyalurkan dana bank dalam bentuk pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat yang dinilai produktif.
- 2) Mencari nasabah potensial yang layak diberikan fasilitas pembiayaan.
- 3) Melakukan analisis untuk menentukan layak tidaknya pengajuan pembiayaan dari calon nasabah.
- 4) Bertanggung jawab atas kelancaran pengambilan dana yang telah disalurkan.
- 5) Melakukan penagihan, pengawasan dan pembinaan terhadap nasabah yang telah memperoleh fasilitas pembiayaan dari bank.

3. Customer Service

Fungsi utama jabatan Customer Service adalah melayani proses pembukuan rekening dana titipan, pembukaan permohonan pembiayaan, menerima dan memberikan solusi terhadap komplain dari nasabah dan calon nasabah.

Tugas-tugas:

- 1) Memberikan pelayanan kepada nasabah dalam memberikan informasi produk.
- 2) Membantu nasabah dalam melakukan proses pembukaan rekening tabungan dan deposito.
- 3) Membantu nasabah dalam melakukan proses pembukaan dan penutupan rekening tabungan dan deposito.
- 4) Membantu nasabah dalam pencairan deposito.
- 5) Memberikan informasi saldo simpanan nasabah.
- 6) Menerima berkas pengajuan pembiayaan dari calon debitur.
- 7) Menyediakan materai untuk akad pembiayaan maupun bilyet deposito dan tanggung jawab atas pengelolaannya.
- 8) Membantu surat keluar dan memo internal.
- 9) Bertanggung jawab atas penomoran surat keluar, surat masuk dan memo internal serta bertanggung jawab atas pengelolaannya.
- 10) Menyimpan berkas tabungan dan deposito.

4. Teller

Fungsi utama dari jabatan Teller adalah memberikan pelayanan kepada seluruh nasabah di BPRS Suriyah Kantor Cabang Kudus.

Tugas-tugas:

- 1) Menerima setoran dari nasabah baik tunai atau non tunai, kemudian memposting di sistem komputer bank.
- 2) Mengatur dan bertanggung jawab atas dana kas yang tersedia.
- 3) Memberikan pelayanan transaksi kepada nasabah yang bertransaksi tunai di kantor bank dan melakukan posting di sistem komputer.
- 4) Bertanggung jawab atas kecocokan pencatatan transaksi dengan dana kas yang terjadi secara harian.

5. Back Office

Tugas Back Office:

- 1) Bertanggung jawab terhadap pembukuan serta pembukuan akuntansi akhir hari, akhir bulan dan laporan keuangan.
- 2) Membuat tiket dan membukukan transaksi non kas, pemindahan bukuan, penyusutan dan lain-lain.
- 3) Melakukan tugas-tugas dan membukukan transaksi yang tidak dilakukan oleh bagian operasional lainnya (misal transaksi kewajiban segera, aktiva dan pasiva).

6. Funding Officer

Fungsi utama dari funding officer adalah menghimpun dana dari masyarakat.

Tugas-tugas:

- 1) Menghimpun dana baik dalam bentuk tabungan maupun deposito.

- 2) Mencari atau menghubungi nasabah potensial.
 - 3) Memberikan informasi seperti brosur dan menjelaskan perkembangan hasil usaha perusahaan kepada nasabah.
 - 4) Melakukan pendanaan nasabah potensial.
 - 5) Melakukan pembinaan hubungan baik dengan nasabah melalui bantuan konsultan bisnis, diskusi manajemen maupun bimbingan pengelolaan keuangan sesuai blok sistem masing-masing moneter.
 - 6) Melaporkan kepada manajer tentang kendala-kendala yang dihadapi.
7. Admin Legal (Adminitrasi Pembiayaan)
- Tugas-tugas:
- 1) Melakukan pelayanan dan pembinaan kepada peminjam
 - 2) Menyusun rencana pembiayaan.
 - 3) Mengajukan berkas pembiayaan hasil analisis kepada komisi pembiayaan.
 - 4) Menerima pengajuan berkas pembiayaan.
 - 5) Melakukan analisis pembiayaan.
8. Security
- Tugas-tugas:
- 1) Bertanggung jawab menjaga dan mengendalikan keamanan lingkungan kantor dari segala bentuk kejahatan, ancaman keamanan atau yang membuat keonaran dikantor.

- 2) Membantu karyawan dalam melayani nasabah disaat jam kerja kantor.
- 3) Membantu mengontrol dan mematikan semua peralatan kantor.
- 4) Bertanggung jawab mengunci semua pintu saat jam kantor selesai dan membuka kembali saat jam kerja akan dimulai.⁶⁴

⁶⁴ Data BPRS Suriyah Cabang Kudus

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan wujud yang terarah pada suatu perusahaan ataupun lembaga keuangan dalam mencapai tujuan guna memperoleh keuntungan. Strategi pemasaran sangat diperlukan untuk menghadapi adanya persaingan terhadap lembaga keuangan lainnya. Selain itu kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah nasabah terhadap produk yang ditawarkan oleh BPRS Suriyah Cabang Kudus pada produk tabungan iB tasya haji baitullah.

Dalam mempertahankan eksistensinya BPRS Suriyah Cabang Kudus harus lebih intensif dalam memasarkan produk, baik dengan memunculkan fitur produk yang bersaing maupun dengan memperluas jaringan kantor pemasaran. Berikut strategi pemasaran yang dilakukan oleh BPRS Suriyah Cabang Kudus untuk meningkatkan jumlah nasabah pada produk tabungan iB tasya haji baitullah menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*), yaitu:⁶⁵

⁶⁵ Wawancara dengan Funding Officer Bapak Didik Hariyanto pada tanggal 4 April 2018.

1. Strategi Produk

Penerapan strategi pemasaran tabungan iB tasya haji baitullah oleh BPRS Suriyah Cabang Kudus adalah dengan menampilkan kualitas dari tabungan haji tersebut. Sehingga dengan upaya ini dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pasar sasaran. Mutu dari produk ini meliputi pemberian fasilitas dan kemudahan yang terdapat dalam karakteristik produk, antara lain:

- a. Mudah diingat, BPRS Suriyah Cabang Kudus memberi nama produk secara singkat dan jelas bertujuan agar nasabah mudah mengerti dan mengingat nama-nama produk tersebut. Seperti produk tabungan iB tasya haji baitullah, pada produk tersebut terdapat kata haji sehingga nasabah mudah mengerti dan mengingat bahwa tabungan tersebut ditawarkan untuk yang ingin melaksanakan ibadah haji.
- b. Terkesan modern, BPRS Suriyah Cabang Kudus dalam menciptakan merek dengan melihat perkembangan pasar yang semakin berkembang dalam penamaan produk. Selain itu juga agar lebih mudah diketahui atau dikenal produk tersebut oleh nasabah. Dalam produk tabungan haji ini terdapat kata “iB” atau *Islamic Banking* yang terkesan modern karena melihat perkembangan ekonomi Islam yang saat ini semakin pesat.

- c. Pada produk tabungan iB tasya haji baitullah ini tentu bebas dari unsur riba sehingga memberikan ketenangan batin bagi para nasabahnya.
 - d. Imbalan yang diberikan pada produk tabungan iB tasya haji baitullah ini dalam bentuk bagi hasil atas penggunaan dana tersebut secara syariah. Selain itu tabungan ini juga dapat dibuka oleh perorangan atau organisasi.
2. Strategi Harga

Dalam penetapan harga oleh BPRS Suriyah Cabang Kudus pada produk tabungan iB tasya haji baitullah masih dalam kategori standar mengingat semakin banyaknya pesaing yang menawarkan produk yang sejenis. Harga yang ditetapkan oleh BPRS Suriyah Cabang Kudus cukup terjangkau bagi masyarakat kalangan atas namun masih kurang terjangkau bagi kalangan bawah. Harga yang ditawarkan yaitu dengan setoran awal minimal Rp. 100.000,- dan setoran berikutnya Rp. 50.000,-. Selain itu BPRS Suriyah Cabang Kudus sendiri tidak mengenakan biaya administrasi untuk pembukaan tabungan iB tasya haji baitullah.

3. Strategi Tempat

Untuk mempermudah nasabah memperoleh akses dan jangkauan pelayanan bank, BPRS Suriyah Cabang Kudus memasarkan produk-produknya khususnya

produk tabungan iB tasya haji baitullah. BPRS Suriyah Cabang Kudus terletak di Jl. Ahmad Yani Ruko KAI Blok A No. 1 Kudus. Lokasi ini cukup strategis untuk meningkatkan penjualan produk dan menarik minat nasabah, karena dekat dengan jalan raya, pasar, rumah sakit, dan pom bensin sehingga masyarakat yang berlalu lalang dapat mengetahui adanya BPRS Suriyah Cabang Kudus.

Selain itu BPRS Suriyah Cabang Kudus juga menggunakan sistem jemput bola dimana petugas langsung mendatangi rumah-rumah nasabah sehingga petugas bisa lebih leluasa menjelaskan secara detail produk bank, khususnya produk tabungan iB tasya haji kepada calon nasabah. Hal ini juga menguntungkan bagi nasabah karena melalui sistem ini nasabah tidak harus ke bank pada saat ingin melakukan penyetoran ataupun penarikan.

4. Strategi Promosi

Promosi bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada calon nasabah yang diharapkan berminat terhadap produk yang ditawarkan oleh bank. Promosi yang digunakan oleh BPRS Suriyah Kudus dalam memasarkan produk tabungan iB tasya haji baitullah, antara lain:⁶⁶

⁶⁶ Wawancara dengan Funding Officer Bapak Didik Hariyanto Pada Tanggal 18 April 2018.

a. Periklanan

Kegiatan dalam periklanan yang dilakukan oleh *funding officer* BPRS Suriyah Cabang Kudus yaitu:

- 1) Media cetak yaitu dengan menyebar brosur-brosur di sekitar lingkungan yang ramai agar bisa dibaca dan dilihat oleh masyarakat. Bentuk brosur tersebut ditampilkan semenarik mungkin sehingga konsumen tertarik untuk membacanya serta memuat tentang persyaratan, produk, keuntungan. Dengan demikian, calon nasabah dapat memahami produk yang telah dipilihnya berdasarkan informasi yang tertera pada brosur tersebut.
- 2) Media online yaitu iklan yang dilakukan melalui internet. Dengan adanya situs web BPRS Suriyah Cabang Kudus masyarakat luas dapat mengakses kapan dan dimana saja dengan alamat situs web *www.banksyariahku.com*. Pada situs tersebut berisi penjelasan secara lengkap mengenai produk BPRS Suriyah Cabang Kudus dan informasi lainnya yang tentu sangat berguna bagi calon nasabah yang ingin tahu lebih rinci.

b. Promosi Penjualan

Pada promosi penjualan ini bank memberikan dorongan atau ajakan untuk berminat menggunakan produk yang ditawarkan. Marketing BPRS Suriyah

Cabang Kudus biasanya menawarkan produk tersebut pada saat ada acara yang bersifat terbuka, misalnya menawarkan dalam acara majelis taklim atau masyarakat yang pada umumnya aktif dalam jamaah pengajian.

c. Penjualan Pribadi

Dalam kegiatan penjualan pribadi ini marketing melakukan *door to door*. Dimana kegiatan ini dilakukan dengan interaksi secara langsung atau melakukan pendekatan secara personal antara nasabah dengan marketing. Biasanya dalam hal ini ada nasabah yang ingin melakukan penyetoran atau penarikan, namun tanpa harus ke bank melainkan melalui marketing.

d. Pemasaran Langsung

Pada kegiatan pemasaran langsung ini saat mempromosikan produknya menggunakan media pemasaran. BPRS Suriyah Cabang Kudus memasarkannya melalui non personal atau alat penghubung. Misalnya menggunakan telepon atau e-mail.

Sedangkan strategi pemasaran berikutnya menggunakan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), yaitu:

1. *Segmentation* (Pemilahan Pasar)

- a. Dari segi usia: Dalam hal ini pihak BPRS Suriyah Cabang Kudus menjadikan sasaran utamanya adalah kelompok usia dewasa. Mengingat persyaratan yang harus dipenuhi, diantaranya menyertakan foto copy identitas seperti: KTP/SIM/Passport.
- b. Dari segi pekerjaan: pegawai, pedagang dan sebagainya.

2. *Targeting* (Pasar Sasaran)

Untuk target pasar, BPRS Suriyah Cabang Kudus terhadap produk tabungan iB tasya haji baitullah, targetnya adalah khusus masyarakat yang beragama islam dan semua kalangan tanpa membedakan status sosial yang memiliki kartu atau tanda indentitas, misalnya jamaah yang aktif dalam majelis taklim atau jamaah pengajian.

3. *Positioning* (Posisi Pasar)

BPRS Suriyah Cabang Kudus memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat. Sehingga BPRS Suriyah Cabang Kudus merupakan lembaga yang akan memberikan solusi dalam berbagai fasilitas produk dan jasa melalui

pelayanan dalam proses yang cepat dan praktis serta jangka waktu yang fleksibel.⁶⁷

B. Kendala-Kendala Yang Terkait Dengan Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus

Dalam menjalankan aktivitas kegiatan operasionalnya terutama pada produk penghimpunan dana (*funding*) tabungan iB tasya haji baitullah. BPRS Suriyah Cabang Kudus selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk setiap nasabah yang ingin melakukan pembukaan rekening. Namun pastinya ada kendala yang harus dihadapi dalam pemasaran produk tersebut. Karena kendala merupakan suatu hambatan atau rintangan yang menghalangi jalannya pencapaian sasaran.

Adapun kendala yang harus dihadapi terkait dengan strategi pemasaran pada produk tabungan iB tasya haji baitullah, ada dua kendala yaitu kendala secara internal dan kendala secara eksternal. Kendala internal merupakan kendala yang berasal dari dalam perusahaan. Sedangkan kendala eksternal yang berasal dari luar perusahaan yang mungkin bisa menghambat proses strategi pemasaran.

1. Kendala yang dihadapi oleh BPRS Suriyah Cabang Kudus secara internal yaitu:

⁶⁷ Wawancara dengan Funding Officer Bapak Didik Hariyanto Pada Tanggal 20 Juli 2018.

- a. Kurangnya pengembangan *skill* terhadap marketing. Dalam hal ini pihak BPRS Suriyah Cabang Kudus perlu melakukan pelatihan secara intensif kepada marketing secara berkala agar dapat meningkatkan kinerja yang lebih baik. Selain itu juga bertujuan untuk bisa lebih mengembangkan keahliannya dalam memasarkan produk yang ditawarkan agar dapat menarik minat nasabah khususnya pada produk tabungan iB tasya haji baitullah.
- b. Promosi yang belum optimal. Dalam mempromosikan produknya BPRS Suriyah Cabang Kudus masih belum menggunakan media elektronik dalam pemasarannya, seperti televisi dan radio. Selain itu juga belum adanya pemasangan spanduk yang diletakkan di jalan raya, sehingga masih banyak masyarakat yang belum mengetahui produk-produk BPRS Suriyah Cabang Kudus khususnya produk tabungan iB tasya haji baitullah.
- c. Kurangnya tenaga kerja *marketer* produk penghimpunan dana pada BPRS Suriyah Cabang Kudus. Sehingga menyebabkan proses pemasaran produk kurang maksimal. Mengingat produk-produk yang ditawarkan oleh bank cukup banyak.
- d. Jumlah kantor layanan yang masih sedikit. Kantor layanan yang dimiliki BPRS Suriyah Cabang Kudus

masih kurang dan jarak antara kantor layanan satu dengan kantor layanan lainnya masih jauh sehingga nasabah masih sulit untuk mengaksesnya.

2. Kendala eksternal yang dihadapi oleh BPRS Suriyah Cabang Kudus dalam melakukan pemasarannya, yaitu:

- a. Adanya nasabah yang masih belum terikat dalam satu niat. Dimana pada saat nasabah membutuhkan dana lalu melakukan penarikan tidak sesuai dengan jangka waktunya. Sedangkan dana tabungan iB tasya haji baitullah hanya bisa diambil saat melakukan ibadah haji atau sesuai dengan kesepakatan. Dengan demikian nasabah lebih memilih tabungan lain yang bisa diambil sewaktu-waktu.
- b. Adanya masyarakat yang kurang mengenal BPRS. Keberadaan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang tergolong baru dalam industri keuangan, menyebabkan pemahaman masyarakat masih terdapat kejanggalan khususnya masyarakat sekitar lingkungan BPRS Suriyah Cabang Kudus. Sehingga dengan minimnya pengetahuan masyarakat akan BPRS menyebabkan masyarakat kurang tertarik untuk menabung atau menitipkan dananya di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.
- c. Maraknya Persaingan antara bank konvensional yang membuka layanan syariah. Dengan adanya tingkat

persaingan dengan lembaga keuangan lain melalui produk, pelayanan, kualitas jasa, dan adanya perilaku nasabah yang masih ragu-ragu serta menganggap BPRS sama saja dengan bank konvensional. Hal ini menjadi sebuah ancaman besar bagi BPRS dalam bersaing dalam dunia perbankan syariah.⁶⁸

⁶⁸ Wawancara dengan Funding Officer Bapak Didik Hariyanto Pada Tanggal 18 April 2018.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan iB tasya haji baitullah di BPRS Suriyah Cabang Kudus yaitu dengan menggunakan konsep bauran pemasaran yang terdiri dari 4P (*product, price, place, promotion*)

- a. Strategi Produk

Pemberian nama pada produk tabungan iB tasya haji baitullah secara singkat dan jelas agar nasabah mudah mengerti dan mengingat terhadap produk yang ditawarkan, penamaan produk terkesan modern dengan mengikuti adanya perkembangan ekonomi yang semakin pesat, memiliki arti positif yang bermanfaat bagi nasabah bahwa produk tabungan iB tasya haji baitullah bebas dari unsur riba, imbalan yang diberikan dalam bentuk bagi hasil.

b. Strategi Harga

Harga yang ditawarkan cukup terjangkau dengan setoran awal Rp100.000,- dan setoran berikutnya Rp. 50.000,- dan tidak dikenakan biaya administrasi.

c. Strategi Tempat

BPRS Suriyah Cabang Kudus terletak di Jl. Ahamd Yani Ruko KAI Blok A No. 1 Kudus. Lokasi ini cukup strategis guna meningkatkan penjualan produk dan menarik minat nasabah, karena dekat dengan jalan raya, pasar, rumah sakit, pom bensin. Selain itu BPRS Suriyah Cabang Kudus juga menggunakan sistem jemput bola dimana petugas langsung mendatangi rumah-rumah nasabah.

d. Strategi Promosi

Promosi yang digunakan oleh BPRS Suriyah Cabang Kudus dalam memasarkan produk tabungan iB tasya haji baitullah, antara lain periklanan (media cetak, media online), promosi penjualan, penjualan pribadi dan pemasaran langsung.

Sedangkan strategi pemasaran selanjutnya menggunakan STP (*segmentation, targetting, positioning*), yaitu:

- a. *Segmentation*: dilihat dari segi usia dan segi pekerjaan.

- b. *Targetting*: targetnya adalah khusus masyarakat yang beragama islam dan semua kalangan tanpa membedakan status sosial.
 - c. *Positioning*: lembaga yang akan memberikan solusi dalam berbagai fasilitas produk dan jasa melalui pelayanan dalam proses yang cepat dan praktis serta jangka waktu yang fleksibel.
2. Kendala-Kendala Yang Terkait Dengan Strategi Pemasaran Produk Tabungan iB Tasya Haji Baitullah Di BPRS Suriyah Cabang Kudus
- a. Kendala Internal yaitu kurangnya pengembangan skill terhadap marketing, promosi yang belum optimal serta kurangnya tenaga kerja *marketer* produk penghimpunan dana dan jumlah kantor layanan yang masih sedikit.
 - b. Kendala eksternal yaitu adanya nasabah yang masih belum terikat dalam satu niat, adanya masyarakat yang kurang mengenal BPRS sehingga menyebabkan masyarakat kurang tertarik menabung di BPRS dan maraknya persaingan antar bank konvensional yang membuka layanan syariah.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di BPRS Suriyah Cabang Kudus, maka penulis memiliki saran sebagai berikut:

1. Pihak BPRS Suriyah Cabang Kudus juga harus lebih kompetitif mengenalkan produk tabungan iB tasya haji baitullah agar produk tersebut dapat menjadi produk unggulan.
2. Pihak BPRS Suriyah Cabang Kudus sebaiknya meningkatkan dan mengotimalkan kegiatan promosinya dengan lebih gencar dan meluas agar bisa menyentuh semua lapisan masyarakat baik lewat media elektronik maupun media cetak .
3. Menambah jumlah karyawan pada BPRS Suriyah Cabang Kudus agar lebih efektif guna memasarkan produk-produk yang ditawarkan khususnya produk tabungan iB tasya haji baitullah.
4. Hendaknya melakukan sosialisasi yang lebih intensif lagi terutama dalam meningkatkan pemahaman dan persepsi masyarakat terhadap produk dan sistem perbankan syariah.
5. BPRS Suriyah Cabang Kudus hendaknya terus mengembangkan produk-produknya sehingga dapat bersaing dengan lembaga keuangan syariah lainnya agar tujuan yang diinginkan bisa terwujud.

C. PENUTUP

Alhamdulillah puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya. sehingga penulis mampu

menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Penulisan menyadari bahwa masih ada kekurangan dan keterbatasan dalam penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan tugas akhir ini. Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan tugas akhir ini dan berharap semoga tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi penulis khususnya bagi para pembaca pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA


- Al-Fauzan, Saleh, *Fiqih Sehari-Hari*, Cet. 1, Jakarta: Gema Insani Press, 2005.
- Anoraga, Pandji, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan dalam Era Globalisasi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Aqilla, Umi, *Panduan Praktis Haji dan Umrah*, Cet. 1, Jakarta: Al- Maghfirah, 2013.
- Brosur Produk Simpanan BPRS Suriyah Cabang Kudus.
- Brosur Produk Pembiayaan BPRS Suriyah Cabang Kudus.
- Data BPRS Suriyah Cabang Kudus.
- Danupranata, Gita, *Buku Ajar Manajemen Perbankan Syariah*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Gitosudarmo, Indriyo, *Manajemen Pemasaran*, Cet. 3, Yogyakarta: BPFE, 2014.
- Hasan, Ali, *Marketing Bank Syariah*, Cet. 1, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- [Http://www.banksyariahku.com/product/produk-simpanan/tabungan-wadiah.html](http://www.banksyariahku.com/product/produk-simpanan/tabungan-wadiah.html), diakses tanggal 28 Februari 2018 Jam 22.38 WIB.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Cet. 1, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cet.4, Jakarta: Kencana, 2010.
- Karim, Adiwarman A., *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Cet. 8, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Cet. 13, Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Mulyono, H. Edi dan Abu Rofi'e, H. Harun, *Panduan Praktis dan Terlengkap Ibadah Haji Dan Umrah*, Cet 1, Yogyakarta: Safirah, 2013.

- Purnomo, Setiawan Hari, *Manajemen Strategi: Sebuah Konsep Pengantar*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1996.
- Prastowo, Andi, *Memahami Metode-Metode Penelitian: Suatu Tinjauan Teoretis dan Praksis*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2016.
- Rianto, M. Nur, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: Era Adicitra Intermedia, 2011.
- Rianto Al Arif, M. Nur, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sumitro, Warkum, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga Keuangan Terkait (BMUI & Takaful) Di Indonesia*, Cet. 1, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 1996.
- Suryana, *Kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Cet 1, Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset, 2008.
- Soemitro, Andri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Cet. 1, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2009.
- Sofjan, Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Cet. 1, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.
- Taswan, *Manajemen Perbankan: Konsep Teknik & Aplikasi*, Cet. 1, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2006.
- Usmara, Usai, *Pemikiran Kreatif Pemasaran*, Cet. 1, Yogyakarta: Amara Books, 2008.
- Widodo, *Metodologi Penelitian Populer dan Praktis*, Cet. 1, Jakarta: Rajawali Pers, 2017.


Wawancara dengan Back Office Mbak Meta Yuliatrri Pada
Tanggal 3 April 2018

Wawancara dengan Funding Officer Bapak Didik Hariyanto pada
tanggal 4 April 2018.

LAMPIRAN

FORMULIR PENYETORAN			 <small>Bank Syariah</small> <small>Suriah</small> <small>Bank Penerimaan Monev Syariah</small>										
MATA UANG : <input type="checkbox"/> RUPIAH JENIS REKENING : <input type="checkbox"/> TABUNGAN <input type="checkbox"/> DEPOSITO <input type="checkbox"/> PEMBAYARAN (Bulan)			VALIDASI 0034705										
NOMOR REKENING : _____ NAMA : _____ ALAMAT : _____ TEL. : _____			SUMBER DANA : _____ Disetujui Petugas Bank : _____ BIAYA ADMINISTRASI : _____										
JENIS SETORAN : <input type="checkbox"/> Debet Rex No _____ <input type="checkbox"/> Tunai <input type="checkbox"/> Cek / BG (Tipean)			Tanggal : ____/____/____										
JUMLAH <table border="1"> <thead> <tr> <th>No. Cek / BG</th> <th>SATUK</th> <th>JUMLAH</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td colspan="2">TOTAL</td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>			No. Cek / BG	SATUK	JUMLAH				TOTAL			TELLER : _____ PENYETOR : _____	
No. Cek / BG	SATUK	JUMLAH											
TOTAL													
TERBILANG : _____			Setoran sah setelah divalidasi atau ditandatangani Teller Setoran akan dibukukan secara efektif setelah dana diterima dengan baik.										

1. Asli untuk Bank 2. Tindakan untuk nasabah

SLIP PENARIKAN TABUNGAN		 <small>Bank Syariah</small> <small>Suriah</small> <small>Bank Penerimaan Monev Syariah</small>	
Bismillahirrahmaanirrahim Kudus : _____		No. : 06733	
Sudah terima dari BPR SYARIAH SURIYAH penarikan tabungan sebesar (terbilang) _____ _____ _____			
No Rekening : _____		_____	
Atas Nama : _____		_____	
Rp. _____		Tanda Tangan : _____	

PERMOHONAN PEMBUKAAN TABUNGAN

Kepada Yth.
Bank Syariah
Kantor/Cabang :
Bumiluhurrahmanrahim



DATA PRIBADI

Nama Lengkap : _____
Tempat & Tanggal Lahir : _____
Kartu Identitas/Tanda Pengenal (Copy Terlampir) : _____
Alamat (Sesuai Kartu Identitas) : _____
Alamat Surat Menyurat : _____
Status Perkawinan : _____
Pendidikan Terakhir : _____
Agama : _____
Kewarganegaraan : _____
NPWP (Copy Terlampir) : _____
Nama Ibu Kandung (Sebelum Menikah) : _____

☐ KTP ☐ SIM ☐ Paspor ☐ Lainnya : _____
No. : _____
Telp. : _____ Kode Pos : _____
Telp. : _____ Kode Pos : _____
☐ Belum Menikah ☐ Menikah ☐ Janda / Duda
☐ s/d SLTP ☐ SMU ☐ D3 ☐ S1 - S3
☐ Islam ☐ Protestan ☐ Katolik ☐ Hindu ☐ Budha

DATA PENGHASILAN DAN SUMBER DANA

Pekerjaan : _____
Alamat Pekerjaan : _____
Telp. : _____ Kode Pos : _____
Penghasilan Per Bulan : ☐ < 2.5 Juta ☐ 2.5 - 5 Juta ☐ 5 - 10 Juta ☐ > 10 Juta
Penghasilan Tambahan : ☐ < 2.5 Juta ☐ 2.5 - 5 Juta ☐ 5 - 10 Juta ☐ > 10 Juta
Sumber Penghasilan Tambahan : ☐ Usaha ☐ Sewa Menyewa ☐ Investasi ☐ Lainnya
Pengeluaran Per Bulan : ☐ < 2.5 Juta ☐ 2.5 - 5 Juta ☐ 5 - 10 Juta ☐ > 10 Juta
Sumber Dana Pembukaan Rekening : ☐ Tabungan ☐ Bisnis ☐ Warisan ☐ Lainnya
Tujuan Pembukaan Rekening : ☐ Tabungan / Investasi ☐ Bisnis / Usaha ☐ Lainnya

DATA PERUSAHAAN / YAYASAN / KOPERASI / INSTANSI PEMERINTAH

Jenis Usaha : _____
Akta Pendirian Usaha : _____
Legalitas Usaha (Copy Terlampir) : ☐ SIUP ☐ TDP ☐ Lainnya : _____
No. : _____
Pengurus Perusahaan : _____
Referensi : _____

No.	Nama	Jabatan	Alamat	No. Telepon
1.				
2.				
3.				

DATA TABUNGAN

Jenis Tabungan : ☐ Tabungan Wadiah Syariah ☐ Tabungan Mudharabah Qurban
☐ Tabungan Wadiah Pelajar & Santri ☐ Tabungan Mudharabah Haji
☐ TAMANSARI ☐ Tabungan Perumahan/VV/Kop
Pemotongan Zakat Bagi Hasil 2,5% : ☐ Ya ☐ Tidak
Nisbah Bagi Hasil/Bonus : _____ % (Nasabah) _____ % (Bank)
(Nisbah Bagi Hasil dapat berubah dan akan disampaikan kepada nasabah dalam bentuk pengumuman)
Setoran Awal : Rp. _____

DATA PENERIMA MANFAAT TABUNGAN

Bila saya akan ditinggalkan meninggal dunia, maka saya memberikan manfaat tabungan ini kepada :
Nama Lengkap : _____
Tempat & Tanggal Lahir : _____
Alamat : _____
Telp. : _____ Kode Pos : _____
Hubungan Keluarga : _____
Penunjukan ini sekaligus melepaskan Bank dari segala kewajiban untuk menerima dan melaksanakan tuntutan dari siapa pun dan dengan dalih apapun mengenai hak terhadap rekening tabungan ini.

Dengan ini saya menyatakan bahwa seluruh data tersebut di atas adalah benar dan bersedia mematuhi semua peraturan dan ketentuan yang berlaku.

DIISI OLEH BANK

No. C/P	Dibuat	Ditujukan
No. Rekening Tabungan		
Tanggal Buka		

Perohon

KETENTUAN PEMBUKAAN TABUNGAN BANK SYARIAH SURIYAH

PENGERTIAN :

TABUNGAN UMUM :

Adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu dan atau menurut syarat yang telah disepakati.

Persyaratan :

1. Menyerahkan fotokopi identitas diri/Yayasan/Koperasi/Perusahaan yang masih berlaku (KTP/SIM/Kartu Pelajar/SIUP/TDP/Akte Pendirian/SIWP).
2. Pembayaran kembali tabungan dan atau bagi hasil harusnya hanya berlaku kepada nasabah yang namanya tertera pada buku tabungan atau formulir pembukaan tabungan kecuali apabila dengan surat kuasa yang sah dan bermaterai cukup.
3. Pembayaran kembali deposito atau penempatan bagi hasil hanya berlaku deposito yang namanya tercantum dalam bilyet deposito atau formulir pembukaan deposito kecuali apabila ada surat kuasa yang sah dan bermaterai cukup.
4. Apabila buku tabungan hilang maka nasabah dapat memperoleh gantinya setelah menyerahkan Surat Keterangan kehilangan dari Kepolisian dan atau Surat Pernyataan Kehilangan.
5. Bank tidak bertanggung jawab atas segala bentuk akibat yang timbul karena penyalahgunaan tabungan ini oleh pihak lain.

TABUNGAN WADIAH

Adalah simpanan dengan akad Wadiah Yad Dhiamanah (titipan) yang penarikannya dapat dilakukan sewaktu-waktu.

Persyaratan :

1. Tabungan Wadiah Syariah, setoran awal minimal Rp. 20.000; setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000; dengan biaya administrasi Rp. 1.000; per bulan.
2. Tabungan Wadiah Pelajar dan Santri, setoran awal minimal Rp. 10.000; setoran selanjutnya minimal Rp. 5.000; dengan biaya administrasi Rp. 1.000; per bulan.
3. Tabungan Wadiah Yayasan/Koperasi/Perusahaan, setoran awal minimal Rp. 100.000; setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000; dengan biaya administrasi Rp. 1.000; per bulan.
4. Dana tabungan dapat ditarik setiap saat pada jam kerja di seluruh Kantor Bank Syariah Syariah.
5. Bank dapat memberikan bonus sesuai dengan pendapatan/keuntungan bank dan tidak diperjanjikan di awal.

TABUNGAN MUDHARABAH

Adalah simpanan dengan akad Mudharabah Mutlaqah (bagi hasil) yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati.

1. Tabungan Mudharabah (Qurban (TaDhaQur), setoran awal minimal Rp. 25.000; setoran selanjutnya minimal Rp. 10.000; Hanya dapat ditarik bila akan melaksanakan ibadah qurban.
2. Tabungan Mudharabah Haji (TaDhaji), setoran awal minimal Rp. 100.000; setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000; Hanya dapat ditarik bila akan melaksanakan haji.
3. Nisbah bagi hasil sesuai dengan kesepakatan.

TABUNGAN TAMANSARI

Adalah simpanan dengan akad Mudharabah Mutlaqah (bagi hasil) yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang telah disepakati.

1. Setoran dilakukan secara rutin (bulan/triwulan) dengan setoran minimal Rp. 50.000; per bulan.
2. Jangka waktu penarikan tabungan per 3 (tiga) tahun.
3. Penarikan tabungan lebih awal dari kesepakatan akan dikenakan pembatalan perhitungan bagi hasil yang telah diberikan.

AKAD DAN PERNYATAAN

Dengan ini nasabah sepakat menempatkan dana di Bank Syariah Syariah berdasarkan pada akad Wadiah atau Mudharabah Mutlaqah *) dengan nisbah bagi hasil yang disepakati oleh kedua pihak sebesar (nasabah : bank) dan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Syariah Syariah. Bank akan memberitahukan kepada nasabah apabila terjadi perubahan nisbah yang menyebabkan penurunan atau kenaikan porsi nasabah.

Dengan ini nasabah menyatakan telah membaca, mengetahui dan menyetujui syarat-syarat dan ketentuan tersebut di atas.

(_____)
Bank

(_____)
Nasabah

*) Coret yang tidak perlu

KARTU PENGENAL TANDA TANGAN



NO. REKENING	:	
NAMA	:	
TEMPAT & TGL. LAHIR	:	
ALAMAT RUMAH	:	
ALAMAT SURAT	:	
NO. KTP/ SIM	:	
TELEPON	:	
PEKERJAAN	:	

Dibuat	Diperiksa	Disetujui
--------	-----------	-----------

CONTOH TANDA TANGAN TABUNGAN BPRS SURIYAH	
NO. REKENING :	TGL. BUKA :
NAMA :	
KETERANGAN :	
NAMA	TANDA TANGAN
NAMA	TANDA TANGAN

PERN

PERMOHONAN PEMBUKAAN DEPOSITO

Kepada Yth.
Bank Syariah Syariah
Kantor/Cabang :
Jember



DATA PRIBADI

Nama Lengkap : _____
Tempat & Tanggal Lahir : _____
Kartu Identitas/Tanda Pengenal (Copy Terlampir) : ☐ KTP ☐ SIM ☐ Paspor ☐ Lainnya : _____
Alamat (Sesuai Kartu Identitas) : No. _____
Telp. _____ Kode Pos _____
Alamat Surat Menyurat : Telp. _____ Kode Pos _____
Status Perkawinan : ☐ Belum Menikah ☐ Menikah ☐ Janda / Duda ☐ 51 - 53 ☐ Budha
Pendidikan Terakhir : ☐ s.d S1 ☐ SML ☐ D3 ☐ SMU ☐ Katolik ☐ Hindu ☐ Lainnya : _____
Agama : ☐ Islam ☐ Protestan ☐ Katolik ☐ Hindu ☐ Budha
Kewarganegaraan : _____
NRPWP (Copy Terlampir) : _____
Nama Ibu Kandung (Sebelum Menikah) : _____

DATA PENGHASILAN DAN SUMBER DANA

Pekerjaan : _____
Alamat Pekerjaan : _____
Telp. _____ Kode Pos _____
Penghasilan Per Bulan : ☐ < 2,5 Juta ☐ 2,5 - 5 Juta ☐ 5 - 10 Juta ☐ > 10 Juta
Penghasilan Tambahan : ☐ < 2,5 Juta ☐ 2,5 - 5 Juta ☐ 5 - 10 Juta ☐ > 10 Juta
Sumber Penghasilan Tambahan : ☐ Usaha ☐ Sewa Menyewa ☐ Investasi ☐ Lainnya : _____
Pengeluaran Per Bulan : ☐ < 2,5 Juta ☐ 2,5 - 5 Juta ☐ 5 - 10 Juta ☐ > 10 Juta
Sumber Dana Pembukaan Rekening : ☐ Tabungan ☐ Bonus ☐ Warisan ☐ Lainnya : _____
Tujuan Pembukaan Rekening : ☐ Tabungan/Investasi ☐ Bisnis/Usaha ☐ Lainnya : _____

DATA PERUSAHAAN / YAYASAN / KOPERASI / INSTANSI PEMERINTAH

Jenis Usaha : _____
Aksi Pendirian Usaha : _____
Legalitas Usaha (Copy Terlampir) : ☐ SIUP ☐ TDP ☐ Lainnya : _____
Pangus Perusahaan : No. _____
Nama : _____ Jabatan : _____ Alamat : _____ No. Telepon : _____
Referensi : _____

DATA DEPOSITO

Jenis Deposito : ☐ Deposito Mudharabah Perorangan ☐ Deposito Mudharabah Bank ☐ Deposito Mudharabah Perusahaan
Pemotongan Zakat Bagi Hasil 2,5% : ☐ Ya ☐ Tidak
Jangka Waktu Deposito : _____ Bulan ☐ Perpanjangan Otomatis (ARO) : _____
Nilai Bagi Hasil/Bonus : _____ % (Nasabah) _____ % (Bank)
(Nilai Bagi Hasil dapat berubah dan akan disampaikan kepada nasabah dalam bentuk pengumuman)
Nominal Deposito : Rp _____
Bagi Hasil & Polik : ☐ 1. Bagi Hasil ☐ 2. Polik
☐ Diambil Tunai ☐ Diambil Tunai
☐ Pindah Buku/Transfer Ke : _____
Bank : _____ No Rekening : _____
Atas Nama : _____ Atas Nama : _____

DATA PENERIMA MANFAAT DEPOSITO

Bila saya akan tidak dirikan meninggal dunia, maka saya memberikan manfaat deposito ini kepada :
Nama Lengkap : _____
Tempat & Tanggal Lahir : _____
Alamat : _____
Telp. _____ Kode Pos _____
Hubungan Keluarga : _____
Peruntukan ini sekaligus melepaskan Bank dari segala kewajiban untuk menerima dan melaksanakan tuntutan dari siapa pun dan dengan dalih apapun mengenai hak terhadap rekening deposito ini.

Dengan ini saya menyatakan bahwa seluruh data tersebut di atas adalah benar dan bersedia mematuhi semua peraturan dan ketentuan yang berlaku.

DIISI OLEH BANK

No. CIF	Dibuat	Ditandatangani
No Rekening Deposito		
Tanggal Buka		

DEPOSITO MUDHARABAH BANK SYARIAH SURIYAH

PENGERTIAN :

DEPOSITO :

Adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian.

DEPOSITO MUDHARABAH :

Adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad Mudharabah Mutlaqah dengan nisbah bagi hasil yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

KETENTUAN PEMBUKAAN :

1. Menyerahkan fotokopi identitas diri/Yayasan/Koperasi/Perusahaan yang masih berlaku (KTP/SIM/Kartu Pelajar/ SIUP/TDP/ Akte Pendirian/NPWP).
2. Dana yang disimpan dalam bentuk Deposito Mudharabah yang berprinsip pada bagi hasil.
3. Setoran minimal pembukaan rekening Deposito adalah Rp. 500.000; (perorangan) dan Rp. 1.000.000; (Perusahaan/ Badan Hukum).
4. Deposito yang telah jatuh tempo dapat diperpanjang secara otomatis dengan nisbah bagi hasil yang berlaku pada saat perpanjangan.
5. Pembayaran kembali deposito dan atau pembayaran bagi hasilnya hanya berlaku kepada deposan yang namanya tercantum dalam bilyet deposito atau formulir pembukaan deposito kecuali apabila ada surat kuasa yang sah dan bermaterai cukup.
6. Pencairan deposito hanya dapat dilakukan pada akhir jangka waktu yang telah disepakati bersama dengan syarat deposan harus menyerahkan kembali bilyet deposito asli kepada bank.
7. Bila deposan meninggal dunia maka dana simpanan tersebut akan dibayarkan kepada penerima manfaat deposito yang tercantum dalam formulir pembukaan deposito.
8. Apabila bilyet deposito hilang, maka deposan harus segera melaporkan ke bank dengan menyerahkan Surat Keterangan Kehilangan dari Kepolisian atau Surat Pernyataan Kehilangan.
9. Bank tidak bertanggung jawab atas segala bentuk dan akibat yang timbul karena penyalagunaan deposito oleh pihak lain.

AKAD DAN PERNYATAAN

Dengan ini nasabah sepakat menempatkan dana di Bank Syariah Suriyah didasarkan pada akad Mudharabah Mutlaqah dengan nisbah bagi hasil yang disepakati oleh kedua pihak sebesar (nasabah ; bank) dan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Syariah Suriyah. Bank akan memberitahukan kepada nasabah apabila terjadi perubahan nisbah yang menyebabkan penurunan atau kenaikan porsi nasabah.

Dengan ini nasabah menyatakan telah membaca, mengetahui dan menyetujui syarat-syarat dan ketentuan tersebut di atas.

(_____)
Bank

(_____)
Nasabah

Kudus.....

Bismillahirrahmanirrahim

SPP:

Kepada Yth
PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Suriyah
Jl. Ahmad Yani Ruko KAI Blok A No. 1
Kudus

Perihal : Permohonan Pembiayaan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Pemohon :
Tempat Tanggal Lahir :
Alamat Sesuai KTP :
Alamat Sekarang : Telp :
No. KTP / SIM : Telp :
Pekerjaan / Usaha :
Nama Ibu Kandung :

Dengan ini mengajukan permohonan Pembiayaan (Murabahah, Mudharabah, Musyarakah, Ijarah)*

Sebesar :
Jangka Waktu :
Kegunaan :
Agunan / Jaminan :
Cara Pelunasan :
Margin (Keuntungan) :
Bagi Hasil / Nisbah :% untuk Pihak% untuk Sasaran
Sumber Angsuran :

Demikian kiranya permohonan kami tersebut dapat dikabulkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pemohon

Mengetahui / Menyetujui

(.....)

(.....)
Suami / Istri / Orang Tua / Penjamin

*) Coret yang tidak perlu

PT. BPRS SURIYAH

CILACAP - KANTOR PUSAT

Jl. D.I. Pahlawan 47 A Cilacap
Telp. (0282) 533558 Fax (0282) 536433

CILACAP - KANTOR KAS

Ruko Kalidiman Jl. Perintis Kemerdekaan No. 89
Gumilir Cilacap
Telp. (0282) 542343

KROYA - KANTOR KAS

Ruko Selatan Pasar Kroya No. 3, Jl. A. Yani
Kroya Cilacap
Telp. (0282) 494955

SIDAREJA - KANTOR KAS

Jl. Jenderal Sudirman Kav. A.1 Sidareja Cilacap
Telp. (0280) 523406

MAJENANG - KANTOR KAS

Jl. Diponegoro No. 131 Majenang Cilacap
Telp. (0280) 623388

RSI FATIMAH CILACAP - KANTOR KAS LAYANAN

Jl. R. H. Juanda No. 20 Cilacap
Telp. (0282) 547858

SLAWI TEGAL - KANTOR CABANG

Jl. Ahmad Yani No. 53 Procoot Slawi
Telp. (0283) 6191234 Fax (0283) 6190123

PEKALONGAN - KANTOR CABANG

Jl. Raya Topogunut No. 138 Buaran Pekalongan
Telp. (0285) 4415444 Fax (0285) 4498316

SEMARANG - KANTOR CABANG

Jl. Indraprasta No. 39 Semarang
Telp. (024) 3957444 Fax (024) 3550404

SEMARANG TIMUR - KANTOR KAS

Jl. Supriyadi No. 215 B Semarang
Telp. (024) 76736381

KUDUS - KANTOR CABANG

Jl. Ahmad Yani Ruko KAI Blok A No. 1 Kudus
Telp. (0291) 440632 Fax (0291) 440613

SALATIGA - KANTOR CABANG

Jl. Soekarno-Hatta No. 3, Cebongan - Salatiga
Telp. (0298) 3429655 Fax (0298) 3429256



ke BANK SYARIAH

www.banksyariahku.com



Bank Syariah
Suriyah
BANK PEMBIYAHAN AGRIKULTUR SYARIAH



Produk Simpanan

tasya'
tabungan syariah
Pelajar
desya'
deposito syariah



DAFTAR TABUNGAN PADA KURSI BANK SYARIAH SURIYAH
(Catatan: No. 4 Tahun 2008 tentang Lembaga Keuangan Syariah)

Maju Bersama dalam Usaha Sosial Syariah



KONSEP OPERASIONAL

Bank Syariah Suriyah adalah lembaga perbankan yang menerapkan sistem dan operasional berdasarkan Syariah Islam. Bank Syariah Suriyah tidak menggunakan perangkat bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil dalam memberikan keuntungan kepada para nasabahnya (Shahibul Maal) sehingga Insha Allah semua keuntungan yang diterima memberikan rasa aman dan nyaman dunia akhirat.

Kehalalan transaksi jual beli serta berbagi hasil dan keharaman riba (bunga) tidak perlu lagi diragukan karena Allah SWT telah menegaskan dalam Al-Quran:

"Sesungguhnya Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..." (QS; Al Baqirah: 275).

Hai ini juga telah ditegaskan pula oleh Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI tahun 2003 yang menyatakan bahwa bunga tidak sesuai dengan syariah.

TABUNGAN IB tasya[®] WADIAH

Yaitu simpanan titipan nasabah yang harus dijaga oleh Bank dan dapat diambil sewaktu-waktu oleh nasabah.

- 1. Tabungan IB Tasya Suriyah**
Tabungan Suriyah adalah tabungan dengan setoran awal minimal Rp. 20.000 dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp. 10.000, dengan biaya administrasi sebesar Rp. 1.000.
- 2. Tabungan IB Tasya Pelajar dan Santri**
Tabungan Pelajar dan Santri adalah tabungan yang khusus ditawarkan kepada para pelajar dan santri sehingga diharapkan mereka dapat secara cermat mengatur keuangannya sejak dini dengan setoran awal Rp. 10.000, dan setoran berikutnya sebesar Rp. 5.000 dengan biaya administrasi Rp. 1.000

TABUNGAN IB tasya[®] MUDHARABAH

Yaitu simpanan dana nasabah yang diambil kemfaatannya untuk dikelola oleh pihak Bank dimana nasabah akan memperoleh bagi hasil sesuai dengan pendapatan Bank. Penarikan hanya bisa diambil sesuai dengan kesepakatan.

- 1. Tabungan IB Tasya Haji Baitulloh**
Tabungan yang diperuntukkan bagi umat Islam yang mempunyai keinginan memenuhi panggilan Allah SWT dengan setoran awal Rp. 100.000 dan setoran berikutnya Rp. 50.000.
- 2. Tabungan IB Tasya Qurban**
Tabungan yang diperuntukkan bagi umat Islam yang mempunyai ketetapan hati untuk berbagi dengan sesama melalui ibadah Qurban. Setoran awal sebesar Rp. 25.000 dan setoran berikutnya Rp. 10.000.

Persyaratan pembukaan rekening:

Bagi perorangan, mengisi formulir pembukaan rekening dengan menyertakan fotokopi KTP/ SIM atau identitas yang masih berlaku.

Bagi perusahaan/ organisasi:

- Mengisi formulir pembukaan rekening
- Menyertakan legalitas organisasi
- Menyertakan fotokopi KTP salah satu pengurus yang ditunjuk dengan melampirkan surat kuasa dari pengurus

DEPOSITO IB desya[®] MUDHARABAH

Deposito Mudharabah dengan prinsip Mudharabah Mutlaqah memberikan keuntungan bagi hasil yang kompetitif yang diberikan setiap bulannya, dapat diperpanjang secara otomatis (ARO) dengan jangka waktu 1, 3, 6, 12 bulan. Jumlah nominal untuk perorangan minimal Rp. 500.000, dan untuk perusahaan/ organisasi minimal Rp. 1.000.000.

Penghargaan UMKM Award Sebagai BPRS terbaik 2009 dan 2011



PT. BANK SYARIAH

CILACAP - KANTOR PUSAT

Jl. Di. Pangeran 47 & Cilacap
Telp. (0282) 539508 Fax (0282) 534833

CILACAP - KANTOR KAS

Ruko Kalidarah J. Perintis Kemerdekaan No. 89
Gumilir Cilacap
Telp. (0282) 542343

KROYA - KANTOR KAS

Ruko Setelan Pasar Kroya No. 3, B. A. Tani
Kroya Cilacap
Telp. (0282) 434955

SIDAREJA - KANTOR KAS

Jl. Jenderal Sudirman Kav. A.3 Sidareja Cilacap
Telp. (0280) 523406

MAJENANG - KANTOR KAS

Jl. Diponegoro No. 331 Majenang Cilacap
Telp. (0280) 623388

RSI FATIMAH CILACAP - KANTOR KAS LAYANAN

Jl. H. H. Juanda No. 20 Cilacap
Telp. (0282) 547856

SLAWI TEGAL - KANTOR CABANG

Jl. Ahmad Yani No. 53 Procot Slawi
Telp. (0283) 6191234 Fax (0283) 6190123

PEKALONGAN - KANTOR CABANG

Jl. Raya Sapuganot No. 138 Buaran Pekalongan
Telp. (0285) 4415444 Fax (0285) 4498316

SEMARANG - KANTOR CABANG

Jl. Indraprasta No. 39 Semarang
Telp. (024) 3557744 Fax (024) 3550404

SEMARANG TIMUR - KANTOR KAS

Jl. Supriyadi No. 215 B Semarang
Telp. (024) 76738381

KUDUS - KANTOR CABANG

Jl. Ahmad Yani Ruko KAI Blok A No. 1 Kudus
Telp. (0291) 440612 Fax (0291) 440613

SALATIGA - KANTOR CABANG

Jl. Soekarno Hatta No. 3, Cebongan - Salatiga
Telp. (0298) 5429655 Fax (0298) 3429256



www.banksyariahu.com

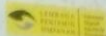


Bank Syariah
Syariah
BANK PENERBITAN NASAB SYARIAH



Produk Simpanan

tasya
tabungan syariah
Tamansari



UNDANG-UNDANG PERUSAHAAN SYARIAH NO. 1 TAHUN 1999
UNDANG-UNDANG PERUSAHAAN SYARIAH NO. 1 TAHUN 1999
UNDANG-UNDANG PERUSAHAAN SYARIAH NO. 1 TAHUN 1999

Maju Bersama dalam Usaha Sesuai Syariah

Tabungan iB Tasya Tamansari

Tabungan Masa Depan Syariah Suriyah

Tamansari adalah merupakan tabungan investasi dengan Akad Mudharabah Muttaqah dengan jumlah setoran telah ditentukan (tetap) dan rutin dengan periode tertentu (bulanan, triwulan) dan penarikannya hanya dapat dilakukan dengan syarat dan waktu tertentu sesuai kesepakatan.

Karakteristik:

1. Setoran dilakukan secara berkala (bulanan atau triwulan)
2. Jumlah setoran tetap (minimal Rp. 50.000)
3. Jangka waktu ditentukan sendiri (minimal 3 tahun)
4. Bagi hasil dapat diketahui setiap akhir bulan dan secara otomatis menambah saldo Tamansari
5. Tabungan dapat diambil setelah kesepertaan selama 3 tahun
6. Tabungan yang diambil sebelum masa kesepertaan 3 tahun tidak mendapatkan bagi hasil

Keuntungan:

1. Bagi hasil akan diberikan setiap bulan sesuai dengan nisbah yang disepakati
2. Nisbah bagi hasil lebih menarik dari tabungan lainnya
3. Bagi hasil setiap bulan akan terus menambah saldo Tamansari
4. Nasabah bebas menentukan jangka waktu kesepakatan (minimal 3 tahun)
5. Jumlah setoran ditentukan sendiri dan sesuai kemampuan (minimal Rp. 50.000)

Manfaat:

1. Persiapan biaya pendidikan anak
2. Persiapan biaya Walimah
3. Persiapan biaya Haji dan Umroh
4. Investasi Jaminan Hari Tua
5. Investasi masa depan yang menguntungkan

Persyaratan Pembukaan Rekening:

1. Fotokopi KTP/ SIM/ Kartu Pelajar atau identitas yang masih berlaku
2. Mengisi formulir pembukaan rekening
3. Menyerahkan setoran awal minimal Rp. 50.000

Ilustrasi dan Simulasi Proyeksi Bagi Hasil

Tahun Ke	Setoran Bulanan	Akumulasi Setoran	Proyeksi Bagi Hasil	Estm Saldo TAMANSARI
1	100.000	1.200.000	67.200	1.267.200
2	100.000	2.400.000	172.704	2.639.904
3	100.000	3.600.000	268.793	4.108.697
4	100.000	4.800.000	371.609	5.680.306
5	100.000	6.000.000	481.621	7.361.928
6	100.000	7.200.000	599.335	9.161.262
7	100.000	8.400.000	725.288	11.086.551
8	100.000	9.600.000	860.059	13.146.609
9	100.000	10.800.000	1.004.263	15.350.872
10	100.000	12.000.000	1.158.561	17.709.433

Keterangan:

1. Proyeksi bagi hasil adalah perkiraan bagi hasil yang akan diterima dan belum dipotong pajak penghasilan.
2. Besarnya bagi hasil tergantung kepada pendapatan Bank yang diterima pada bulan tersebut.

MOTTO

Raih masa depan gemilang dengan
Investasi yang aman, halal, dan
Menguntungkan secara terencana

Semua produk dan usaha yang kami
Jalankan telah mendapat
Persetujuan dan selalu diawasi
Oleh dewan pengawas syariah

Nikmati kemudahan, kecepatan,
Keamanan, kenyamanan, dan
Keberkahan bertransaksi di bank
Syariah suriyah dengan pelayanan
Terbaik dari kami

PT. BPRS SURIYAH

CILACAP - KANTOR PUSAT

Jl. Dr. Pngastan 47 A Cilacap
Telp. (0282) 533558 Fax (0282) 536433

CILACAP - KANTOR KAS

Jl. Pemintalan No. 55A Cilacap
Telp. (0282) 534994

KROYA - KANTOR KAS

Pasar Kroya kios depan It. 2 blok D No. 1-3
Kroya, Cilacap
Telp. (0282) 494955

SIDAREJA - KANTOR KAS

Jl. Jenderal Sudirman Kav. A.1 Sidareja Cilacap
Telp. (0280) 523406

MAJENANG - KANTOR KAS

Jl. Diponegoro No. 131 Majenang, Cilacap
Telp. (0280) 623388

RSI FATIMAH CILACAP - KANTOR KAS LAYANAN

Jl. Ir. H. Juanda No. 20 Cilacap
Telp. (0282) 547858

SEMARANG - KANTOR CABANG

Jl. Indraprasta No. 39 Semarang
Telp. (024) 3557744 Fax (024) 3560404

SEMARANG TIMUR - KANTOR KAS

Jl. Supriyadi No. 215 B Semarang

www.banksyariahku.com



Produk Pembiayaan

bisya*
pembiayaan syariah

AYO ke BANK SYARIAH





KONSEP OPERASIONAL

Bank Syariah Suriyah adalah lembaga perbankan yang menerapkan sistem dan operasional berdasarkan Syariah Islam. Bank Syariah Suriyah tidak menggunakan perangkat bunga melainkan menggunakan sistem bagi hasil dalam memberikan keuntungan kepada para nasabahnya (Shahibul Maal) sehingga Insya Allah semua keuntungan yang diterima memberikan rasa aman dan nyaman dunia akhirat.

Kehalalan transaksi jual beli serta berbagi hasil dan keharaman riba (bunga) tidak perlu lagi diragukan karena Allah SWT telah menegaskan dalam Al-Quran:

"Sesungguhnya Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..." (QS. Al Baqarah: 275).

Hal ini juga telah ditegaskan pula oleh Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI tahun 2003 yang menyatakan bahwa bunga tidak sesuai dengan syariah.

TABUNGAN IB *tasya** WADIAH

Yaitu simpanan titipan nasabah yang harus dijaga oleh Bank dan dapat diambil sewaktu-waktu oleh nasabah.

1. Tabungan IB Tasya Suriyah

Tabungan Suriyah adalah tabungan dengan setoran awal minimal Rp. 20.000 dan setoran berikutnya minimal sebesar Rp. 10.000, dengan biaya administrasi sebesar Rp. 1.000.

2. Tabungan IB Tasya Pelajar dan Santri

Tabungan Pelajar dan Santri adalah tabungan yang khusus ditawarkan kepada para pelajar dan santri sehingga diharapkan mereka dapat secara cermat mengatur keuangannya sejak dini dengan setoran awal Rp. 10.000, dan setoran berikutnya sebesar Rp. 5.000 dengan biaya administrasi Rp. 1.000

TABUNGAN IB *tasya** MUDHARABAH

Yaitu simpanan dana nasabah yang diambil kemanfaatannya untuk dikelola oleh pihak Bank dimana nasabah akan memperoleh bagi hasil sesuai dengan pendapatan Bank. Penarikan hanya bisa diambil sesuai dengan kesepakatan.

1. Tabungan IB Tasya Haji Baitulloh

Tabungan yang diperuntukkan bagi umat Islam yang mempunyai keinginan memenuhi panggilan Allah SWT dengan setoran awal Rp. 100.000 dan setoran berikutnya Rp. 50.000.

2. Tabungan IB Tasya Qurban

Tabungan yang diperuntukkan bagi umat Islam yang mempunyai ketetapan hati untuk berbagi dengan sesamanya melalui ibadah Qurban. Setoran awal sebesar Rp. 25.000 dan setoran berikutnya Rp. 10.000.

Persyaratan pembukaan rekening:

Bagi perorangan, mengisi formulir pembukaan rekening dengan menyertakan fotokopi KTP/ SIM atau identitas yang masih berlaku.

Bagi perusahaan/ organisasi:

- Mengisi formulir pembukaan rekening
- Menyertakan legalitas/ organisasi
- Menyertakan fotokopi KTP salah satu pengurus yang ditunjuk dengan melampirkan surat kuasa dari pengurus

DEPOSITO IB *desya** MUDHARABAH

Deposito Mudharabah dengan prinsip Mudharabah Mutlaqah memberikan keuntungan bagi hasil yang kompetitif yang diberikan setiap bulannya, dapat diperpanjang secara otomatis (ARO) dengan jangka waktu 1, 3, 6, 12 bulan. Jumlah nominal untuk perorangan minimal Rp. 500.000, dan untuk perusahaan/ organisasi minimal Rp. 1.000.000.

**Penghargaan UMKM Award
Sebagai BPRS terbaik 2009 dan 2011**



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulida Zulfa Rahmannisa
Umur : 21 Tahun
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 27 Juli 1996
Bangsa : Indonesia
Agama : Islam
Tempat Tinggal : Jl. Candi Mas I/ No. 446 RT. 05
RW. 06 Kelurahan Kalipancur
Kecamatan Ngaliyan

Menerangkan sesungguhnya

RIWAYAT PENDIDIKAN:

1. Tamatan SDN 04 Purwoyoso Semarang
2. Tamatan SMP Kesatrian 2 Semarang
3. Tamatan SMK Islamic Centre Baiturrahman Semarang

Semarang,

Saya yang bersangkutan

Maulida Zulfa Rahmannisa